FECHA	viernes, 30 de noviembre de 2018

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	**Administración de Empresas**

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
BOHORQUEZ MURILLO	YULIAN EVELIO	1070953117
CHITIVA ESLAVA	LAURA ANDREA	1078371310

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
CARO MALDONADO	HECTOR JULIO

TITULO DEL DOCUMENTO
PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. 2019.2023

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
21/11/2018	166p

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO	
2. PLANEACION ESTRATEGICA	
3. GERENCIA ESTRATEGICA	
4. PLAN DE ACCIÓN	
5. ORGANIZACION	
6. VENTAJA COMPETITIVA	

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El siguiente trabajo tiene como principal objetivo la aplicación de herramientas de diagnóstico y procesos de estrategia gerencial como base para la identificación de la organización y su entorno. Con el fin de proponer solución al problema que hemos evaluada en el trabajo a través de los conocimientos adquiridos durante la carrera como lo es la gerencia, el diagnostico las planeación y la toma de decisiones, para dar solución al problema se usaran diferentes matrices que ayuden a la identificación de la empresa.

De esta manera, este trabajo incluye diferentes procesos de diagnóstico del entorno como del interior de la empresa cuya finalidad es proporcionar los datos más relevantes de los grupos de interés, para que se pueda determinar las variables que afectan negativamente a la empresa y de igual manera revisar cuales son los que impactan positivamente y puedan dar solución a los inconvenientes que posee la empresa para el desarrollo de sus funciones.

La empresa SOLUCIONES HIDRAULICA SAS, es una empresa dedicada a la importación y comercialización de maquinaria industrial principalmente de bombas en fundición.

En el primer capítulo del trabajo se realiza la presentación de la organización la cual incluye los datos legales y constitución de la empresa, con el fin de que se conozca la empresa y se identifique los problemas que tiene sobre el control operativo y administrativo.

En el segundo capítulo se hace un análisis de las variables externas que afectan a la empresa con la finalidad de poder reconocer el entorno.
En el tercer capítulo se hace un análisis de las variables internas de la organización con la finalidad de encontrar falencias que estén afectando en el desarrollo de la organización y poder dar soluciones eficaces y eficientes.

Por último, el trabajo contiene los planes de acción, que son acciones propuestas para dar solución al problema, esto se obtiene con el análisis de toda la información obtenida durante el desarrollo de este trabajo.

De acuerdo a lo anterior, la empresa pretenderá mejorar el control y la planeación de los procesos para poder aumentar sus ventas.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	**X**	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de

Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *"Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores"*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI __ NO __X__**.
En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho

circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.

Nota:
Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. 2019.2023.PDF	texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
BOHORQUEZ MURILLO YULIAN EVELIO	
CHITIVA ESLAVA LAURA ANDREA	

12.1.50

PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.

2019.2023

BOHORQUEZ MURILLO YULIAN EVELIO

CHITIVA ESLAVA LAURA ANDREA

UNIVERSIDAD DE CUNDIANAMRCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FACATATIVA

2018

PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.

2019.2023

BOHORQUEZ MURILLO YULIAN EVELIO

CHITIVA ESLAVA LAURA ANDREA

Monografía

Héctor Julio Caro

Mtr En Administración Económica y Financiera

Director

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ

2018

Nota de aceptación:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del presidente del jurado

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

Facatativá 15 de octubre de 2018

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar hasta acá y cumplir mi sueño.

A mi madre porque ella es mi gran fortaleza, mi más grande apoyo y por qué sin su esfuerzo, amor y dedicación no habría logrado llegar hasta aquí. A mi padre, hermano y a mi pareja por cada día brindarme su apoyo y ayuda cuando más lo necesite durante estos años y a la persona que me ayudo cuando inicie mi carrera y no permitió que me rindiera

Laura Andrea Chitiva Eslava

A Dios por permitirme cumplir este sueño y a mis padres por su apoyo y esfuerzo para que pudiera llegar hasta el final de mi carrera

Yulian Evelio Bohórquez Murillo

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al cuerpo docente perteneciente a la universidad de Cundinamarca extensión Facatativá, al ayudar nos en el aprendizaje durante estos años de carrera, especialmente al profesor Benjamín Andrés Manjarrez Zarate, quien a lo largo de los núcleos temáticos de diagnóstico organizacional y estrategia gerencial guio el desarrollo del presente trabajo.

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCION 14
1. AREA: Administración y Organizaciones 16
2. PROBLEMA 16
2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA 16
2.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA 18
2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA 18
3. OBJETIVOS 19
3.1 OBJETIVO GENERAL 19
3.2 . OBJETIVOS ESPECIFICOS 19
4. JUSTIFICACION 20
5. MARCOS DE REFERENCIA 22
5.1 MARCO DE ANTECEDENTE 22
5.1.1 Antecedentes históricos 22
5.1.2 Orígenes de la maquinaria 22
5.1.3 Desarrollo de la maquinaria 23
5.2 MARCO LEGAL 31
5.2.1 Normas supranacionales 31
5.2.2 Leyes 32
5.2.3 Decretos 33
5.3 MARCO TEORICO 34
5.3.1 Estrategia gerencial 34
5.3.2 Planeación estratégico 36
5.4 MARCO CONCEPTUAL 37
6. DISEÑO METODOLOGICO 40
6.1 TIPO DE ESTUDIO 40
6.2 POBLACION Y MUESTRAS 40

6.3 METODO DE INVESTIGACION 40
6.4 FUENTES PRIMARIA Y SECUNDARIAS 41
7. IDENTIFICACION DE LA ORGANIZACIÓN 42
7.1 PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN 42
7.1.1 Base legal 42
7.1.2 Reseña histórica 43
7.1.3 Dirección, barrio, zona 44
7.1.4 Organigrama 45
7.1.5 Directivos y direcciones y teléfonos 46
7.1.6 Sector y subsector al que pertenece la actividad 47
7.1.7 Edad de la empresa 48
7.1.8 Tamaño de la empresa 48
7.1.9 Fase del negocio 49
7.1.10 Número total de empleados que trabajan en la empresa 50
7.1.11 . Áreas funcionales y personal utilizado por área 50
7.1.12 Antigüedad promedio por niveles jerárquicos 51
7.1.13 Misión 51
7.1.14 Visión 52
7.1.15 Valores 52
7.1.16 Políticas 53
7.1.17 Objetivos 54
7.1.18 Principios 54
7.1.19 Mapa estratégico 55
7.1.20 Mega 55
7.1.21 Identificación de los propietarios 56
8. AUDITORIA EXTERNA 56
8.1 ESTADO DEL ARTE 59
8.1.1 Factores demográficos 59
8.1.2 Factores económicos 66
8.1.3 Factores político legales 80
8.1.4 Factores socio – culturales 86
8.1.5 Factores tecnológicos 87

8.1.6 Factores globales ... 91
8.1.7 Factor del entorno físico ... 93
8.2 MATRIZ POAM ... 98
8.3 MATRIZ MPC ... 100
8.4 MATRIZ EFE ... 101
8.5 MATRIZ DE ANALISIS DE VULNERAVILIDAD ... 103
8.6 ANALISIS DEL SECTOR ... 105
8.7 MATRIZ AXIOLOGICA ... 107
8.8 ANALISIS EXTERNO ... 108
9 AUDITORIA INTERNA ... 110
9.1 MATRIZ PEYEA ... 110
9.2 MATRIZ PCI ... 112
9.3 MATRIZ EFI (EVALUACION DE FACTORES INTERNOS) ... 115
9.4 ANALISIS INTERNO ... 117
10 PLANEACION ESTRATEGICA ... 118
10.1 MATRIZ BCG ... 118
10.2 MATRIZ MCKINSEY ... 121
10.3 MATRIZ MICMAC ... 122
10.4 MATRIZ IGO ... 128
10.5 MATRIZ DE PODER /INTERES ... 131
10.6 MAPA DE INTERES DE ACTORES ... 132
10.7 MATRIZ CRUZ DE EJES DE SCHWART ... 133
10.8 MATRIZ DOFA ... 136
10.9 MATRIZ DE CORRELACION ... 139
11 PLANES DE ACCION ... 140
12 RECURSOS ... 153
13 IMPACTO SOCIAL ... 154
CONCLUSIONES ... 155
RECOMENDACIONES ... 157
14 BIBLIOGRAFIA ... 158

LISTA DE TABLAS

Tabla 1:instrumentos de la investigación.....35
Tabla 2: informacion de directivos 46
Tabla 3:número de empleados 50
Tabla 4:áreas funcionales y personal 50
Tabla 5:fundadores.....56
Tabla 6: proveedores.....56
Tabla 7: seleccion de proveedores 57
Tabla 8: canales de distribucion.....57
Tabla 9: Transporte.....57
Tabla 10. Tecnología 57
Tabla 11: Competidores directos 58
Tabla 12: clientes.....58
Tabla 13:tabla depresión de las bombas 60
Tabla 14: indicadores de competitividad reporte global 69
Tabla 15: indicadores económicos Doing busines.....69
Tabla 16:variación de exportaciones 71
Tabla 17:matriz Poam.....98
Tabla 18:matriz MPC 100
Tabla 19:Matriz EFE 101
Tabla 20:matriz de vulnerabilidad 103
Tabla 21: Resultados matriz de vulnerabilidad 104
Tabla 22: descripción de resultados de la matriz de vulnerabilidad.....104
Tabla 23:análisis del sector.....105
Tabla 24: matriz axiológica 107
Tabla 25: matriz PEYEA 110
Tabla 26:matriz PCI 112
Tabla 27:matriz EFI.....115
Tabla 28:matriz BCG 118

Tabla 29:matriz mckinsey 121
Tabla 30:Matriz MICMAC.....122
Tabla 31: tabla de influencias directas.....125
Tabla 32:matriz IGO.....128
Tabla 33:matriz poder 131
Tabla 34: matriz cruz de ejes de Schwartz 133
Tabla 35:matriz DOFA 136
Tabla 36:matriz de correlación.....139
Tabla 37: plan de acción 1. incremento de las ventas 142
Tabla 38: plan de acción 2. implementación de software 143
Tabla 39: plan de acción 3. maximización de utilidades 144
Tabla 40: plan de acción 4. capacitación y desarrollo del personal 145
Tabla 41:plan de acción 5. mejorar el reclutamiento.....146
Tabla 42: plan de acción 6. diversificación de campañas publicitarias 147
Tabla 43: plan de acción 7. alianzas con proveedores 148
Tabla 44: Cuadro de control del plan de acción 1. incremento de las ventas 149
Tabla 45: cuadro de control del plan de acción 2. implementación de software .149
Tabla 46: cuadro de control del plan de acción 3. maximización de utilidades...150
Tabla 47: cuadro de control del plan de acción 4. capacitación y desarrollo del personal 150
Tabla 48: cuadro de control del plan de acción 5. mejorar el reclutamiento 151
Tabla 49: cuadro de control del plan de acción 6. diversificación de campañas publicitarias.....151
Tabla 50. cuadro de control plan de acción 7. alianzas con proveedores.....152

LISTA DE GRAFICOS

grafico 1: antigüedad 51
grafico 2:grafico poblacional de hombres y mujeres 64
grafico 3:proyección de población 2017.....65
grafico 4:crecimiento económico de Colombia y América latina 70
grafico 5:exportaciones de Colombia.....71
grafico 6:variación del PIB 74
grafico 7:IPC general de Colombia 2018 75
grafico 8: IPC general anual.....75
grafico 9:matriz BCG.....119
grafico 10:matriz mckinsey.....121
grafico 11:matriz IGO.....129
grafico 12:matriz de interés de actores 132

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:localización 44
Ilustración 2:organigrama.....45
Ilustración 3: mapa estratégico 55
Ilustración 4:funcionamiento de la bomba hidráulica 60
Ilustración 5:división política de Bogotá por localidades 62
Ilustración 6: división política de Bogotá 63
Ilustración 7:cruz ejes de peter schwartz 134

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: copia de certificado de cámara y comercio

Anexo 2: copia del Rut

Anexo 3: carta de aceptación de la empresa

Anexo 4: carta de aprobación de la empresa

INTRODUCCION

El siguiente trabajo tiene como principal objetivo la aplicación de herramientas de diagnóstico y procesos de estrategia gerencial como base para la identificación de la organización y su entorno. Con el fin de proponer solución al problema que hemos evaluada en el trabajo.

De esta manera, este trabajo incluye diferentes procesos de diagnóstico del entorno como del interior de la empresa cuya finalidad es proporcionar los datos más relevantes de los grupos de interés, para que se pueda determinar las variables que afectan negativamente a la empresa y de igual manera revisar cuales son los que impactan positivamente y puedan dar solución a los inconvenientes que posee la empresa para el desarrollo de sus funciones.

La empresa SOLUCIONES HIDRAULICA SAS, es una empresa dedicada a la importación y comercialización de maquinaria industrial principalmente de bombas en fundición.

En el primer capítulo del trabajo se realiza la presentación de la organización la cual incluye los datos legales y constitución de la empresa, con el fin de que se conozca la empresa y se identifique los problemas que tiene sobre el control operativo y administrativo.

En el segundo capítulo se hace un análisis de las variables externas que afectan a la empresa con la finalidad de poder reconocer el entorno.

En el tercer capítulo se hace un análisis de las variables internas de la organización con la finalidad de encontrar falencias que estén afectando en el desarrollo de la organización y poder dar soluciones eficaces y eficientes.

Por último, el trabajo contiene los planes de acción, que son acciones propuestas para dar solución al problema, esto se obtiene con el análisis de toda la información obtenida durante el desarrollo de este trabajo.

De acuerdo a lo anterior, la empresa pretenderá mejorar el control y la planeación de los procesos para poder aumentar sus ventas.

PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.

2019.2023

1. AREA: Administración y Organizaciones

- LINEA: Desarrollo organizacional y Regional

2. PROBLEMA

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Soluciones Hidráulicas Omega S.A.S es una pequeña empresa dedicada a ofrecer servicios de compra y venta de maquinaria Industrial, realización de estudios técnicos, y ofrece un amplio portafolio que comprende líneas de crédito , para ejecución de obras; para el adecua miento de maquinaria , transporte de maquinaria y accesorios , prestación de servicios técnicos e industriales , perforación y limpieza de pozos profundos , importación de maquinaria y tecnología , exportación y comercialización de motobombas y accesorios hidráulicos para incursionar en nuevos mercados expandiendo así el campo de trabajo de la compañía, para la realización de su objeto social .

La empresa fue constituida legalmente el 26 de agosto de 2014 y con su corta trayectoria se ha logrado consolidar en el mercado donde se desarrolla, sin embargo, pese a su desarrollo acelerado la empresa no ejecuta sus actividades bajo los fundamentos de la planeación estratégica, teniendo falencias en aspectos relevantes como direccionamiento estratégico y organización de funciones. La empresa no constituye las características necesarias para el desarrollo de sus actividades en el entorno externo, por lo que no es posible prever las amenazas del ambiente donde se desarrolla.

La empresa cuenta con una base legal sólida, ya que está constituida legalmente ante Cámara de Comercio y DIAN y presenta sus estados financieros de forma regular.

Los antecedentes planteados anteriormente obedecen a que el personal que fundo la empresa no cuenta con los conocimientos administrativos y el enfoque básicos para el manejo de la misma, dado que se enfatiza en áreas y procesos diferentes, dando valor al cumplimiento de metas comerciales, financieras y legales dejando de lado la importancia de la temática administrativa.

Dado el crecimiento de la empresa y su expansión a nivel Nacional se genera la necesidad de formular diferentes estrategias que permitan avanzar y crear diferentes opciones de negocio ante los diferentes grupos de interés, permitiendo consolidar una imagen seria.

Como antecedentes externos del problema se encuentra

La variación monetaria, lo que puede ocasionar cambios en los costos en el transporte, maquinaria y materia prima para el posterior ensamblaje de las partes.

Complicaciones en la consecución de piezas para el ensamblaje, debido a la demora y cumplimiento por parte de los proveedores.

Falta de caracterización del mercado por parte del gobierno, ya que no se cuenta con una base de datos actualizada para la consecución de proveedores que cumplan con toda la reglamentación de importación de partes solicitadas para el ensamblaje.

El mercado en su gran mayoría se encuentra constituido por productos importados, lo que puede influir en la decisión de compra, teniendo en cuenta la fluctuación del mercado y su volatilidad en precios.

El mercado a nivel Nacional se encuentra distorsionado y en el domina la sobre oferta lo que influye directamente en el consumidor y su compra.

El sector de la construcción se encuentra en crecimiento, lo que garantiza la continuidad y demanda de Bombas Hidráulicas

2.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La Empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S por su característica de pequeña empresa ha tenido problemas de factibilidad financiera y técnica para el desarrollo administrativo y posterior venta de la línea de Bombas Hidráulicas Centrifugas, esto no ha generado los resultados deseados reflejándose en el bajo índice de venta de equipos importados para la cartera de negocios

2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Un plan estratégico basado en el diagnostico organizacional mejorara la situación actual de la empresa?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Formular el plan estratégico de la empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S 2019-2023

3.2 . OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar un diagnóstico para identificar las variables internas y externas que intervienen y afectan sus procesos

Establecer el plan estratégico con el fin de cumplir con la misión y la visión propuestas a la organización.

Proponer las estrategias a desarrollar en planes de acción mediante el análisis de la información obtenida.

4. JUSTIFICACION

Es necesario la creación de un plan estratégico que permita el mejoramiento de los procesos y direccionamiento de la empresa, a partir de la realización de un diagnostico tanto externo como interno, apoyados en la información administrativa y operacional de la empresa, además del desarrollo de indicadores de gestión para poder proponer estrategias que les permita a los directivos tomar decisiones y aprovechar el potencial que posee la organización generando más rentabilidad.

Según la información anterior se observa que la empresa SOLUCIONES HIDRÁULICAS OMEGA SAS carece de un plan estratégico y direccionamiento hacia el futuro, por falta de planeación, lo cual ocasiona que la empresa no pueda anticipar las situaciones futuras que pueden interferir en sus funciones y de la misma manera la carencia de esto tampoco le ayuda a efectuar planes de acción para controlar las variables cambiantes tanto del interior como el del exterior.

La planeación constituye una parte fundamental del desarrollo de la actividad administrativa es por eso que en el siguiente trabajo se analizara la situación actual de la empresa a través de diagnóstico interno y se evaluaran los factores externos que influyen en la organización. Aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera administrativa.

Esto permitirá que se pueda desarrollar los planes de acción a sugerir a la empresa para su mejoramiento continuo y reestructuración de las falencias.

La metodología incluida en el trabajo está relacionada con el diagnostico preliminar de la empresa en la cual se identifica los procesos faltantes dentro del desarrollo de sus funciones operativas, para que después se pueda realizar un diagnóstico de la estructura y aplicar la estrategia gerencial con el fin de dinamizar sus procesos y mejorar el funcionamiento.

Con esto se logrará que la empresa conozca su situación actual y tome control sobre los problemas que tienen para que pueda aprovechar mejor sus

oportunidades y potenciar las fortalezas además de que se pueda anticipar a las amenazas y mejorar sus debilidades para ser más competitivos.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1 MARCO DE ANTECEDENTE

5.1.1 Antecedentes históricos

Desde tiempos primitivos el hombre empezó desarrollar su destreza para la supervivencia, lo que lo llevó a sobresalir de los demás, con esto fue generando diferentes conocimientos y conceptos que más adelante lo ayudarían a poner a la naturaleza de su lado.

Posteriormente, el hombre comprendió a través de la evolución que juntando un palo y una piedra podría crear una lanza, lo que mejoró sustancialmente su forma de cazar, llegando a la conclusión que podía modificar la naturaleza.

Obteniendo el conocimiento acerca de las herramientas que podría utilizar en la naturaleza el hombre dio un gran paso donde fue perfeccionando e inventando muchas herramientas más y desde ese entonces no se ha detenido.

5.1.2 Orígenes de la maquinaria

Uno de los grandes inventos considerados como la base principal de la maquinaria en general fue la rueda, lo que proporcionó un gran desarrollo en todos los aspectos y en las técnicas utilizadas para el desarrollo de las actividades diarias del hombre antiguo.

En tiempos antes de Jesucristo los Babilonios trabajaron en las orillas de los ríos Tigris y Éufrates, y los egipcios hicieron obras de movimiento de tierra, excavando canales para la desviar las aguas del río Nilo. A estos trabajos les siguieron históricamente los acueductos y caminos construidos por los Romanos, para los que también fueron necesarios grandes movimientos de tierra.

Todos estos trabajos se efectuaron utilizando herramientas de mano y dispositivos de acarreo a lomo de bestia, o tirados por animales. Los indígenas de América, en los primeros siglos de vida del hemisferio occidental utilizaron como instrumentos excavación las manos y como transporte canastos.[1]

5.1.3 Desarrollo de la maquinaria

A medida que se requerían instrumentos y equipos necesarios para resolver los problemas de grandes movimientos de tierra y edificaciones, ya que existían asentamientos humanos los cuales empezaban a tener múltiples necesidades y problemas por su crecimiento, fue entonces cuando el hombre empezó a investigar, lo cual dio origen a los primeros inventos adecuados a la época.

La primera bomba construida por el hombre fue la jeringa y se debe a los antiguos egipcios, quienes la utilizaron para embalsamar las momias. CTESIBIUS en el siglo II A.C., la convirtió en una bomba de doble efecto.

En la segunda mitad del siglo XV, LEONARDO DA VINCI en su escrito sobre flujo de agua y estructuras para ríos, estableció sus experiencias y observaciones en la construcción de instalaciones hidráulicas ejecutadas principalmente en Milán y Florencia.

GALILEO en 1612 elaboró el primer estudio sistemático de los fundamentos de la Hidrostática.

Un alumno de Galileo, TORRICELLI, enunció en 1643 la ley del flujo libre de líquidos a través de orificios. Construyó El barómetro para la medición de la presión atmosférica.[2]

DANIEL BERNOULLI, 1700-1782, perteneció a una famosa familia suiza en la cual hubo once sabios celebres, la mayoría de ellos matemáticos o mecánicos. Gran parte de su trabajo se realizó en San Petersburgo, como miembro de la academia

[1] Disponible en internet: <tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/5199/Capitulo1.pdf>

[2] GIRALDO PORTO, Adriana [en línea] fluidos – [citado 15 septiembre de 2018] http://fluidos.eia.edu.co/hidraulica/articuloses/historia/historiadelahidraulica/historiadelahidraulica.html

rusa de ciencias. En 1738 en su "Hidrodinámica", formulo la ley fundamental del movimiento de los fluidos que da la relación entre presión, velocidad y cabeza de fluido.

LEONHARD EULER, 1707-1783, también suizo, desarrollo las ecuaciones diferenciales generales del flujo para los llamados fluidos ideales (no viscosos). Esto marco El principio de los métodos teóricos de análisis en la Mecánica de Fluidos. A Euler se le debe también la ecuación general del trabajo para todas las maquinas hidráulicas roto dinámicas (turbinas, bombas centrifugas, ventiladores, etc.), además de los fundamentos de la teoría de la flotación.

Por otro lado, Srinivasan (1970) hace referencia a las excavaciones de Mohenjo-Daro, en las que se encontraron una gran cantidad de restos de jarros que pueden indicar el desarrollo de un mecanismo que consistía en una rueda con estos jarros en el perímetro, si bien apunta que la forma puede diferir de las conocidas actualmente y que se expondrán más adelante[3]

En 1985, después de 135 años de la formulación de la ley de Pascal, JOSEPH BRAMAH, construyo en Inglaterra la primera prensa hidráulica. Esta primera prensa utilizaba sello de cuero y agua como fluido de trabajo. El accionamiento se realizaba por medio de una bomba manual y no superaba los 10 bares de presión. Sin embargo, la fuerza desarrollada por ella fue algo descomunal e inesperada para el mundo técnico e industrial de entonces.

Childe (1985) plantea la evolución de la civilización como un flujo, un río que va recibiendo afluentes de todas las sociedades gracias al intercambio entre ellas y que va avanzado debido a los estímulos sociales, ideológicos, geográficos, técnicos, etcétera. Es decir, cada una de las distintas sociedades ha podido desarrollar soluciones distintas para la misma necesidad, pero acaban convergiendo en este flujo principal influenciando a las posteriores soluciones. Es aquí donde radica la importancia del análisis histórico de todos los aspectos de la

[3] Disponible en: https://cuadernodelingeniero.wordpress.com/2015/12/23/la-evolucion-historica-de-las-bombas-hidraulicas/#_ftn2

sociedad. En este caso el interés por lo tanto reside en observar el desarrollo de las bombas, es decir, el progreso de la solución a la necesidad de elevar el agua[4].

La máquina que más llama la atención sin duda es una bomba de succión de doble acción, la primera de la que se tiene constancia. Era una bomba de desplazamiento positivo accionada por una rueda hidráulica que movía una serie de engranajes y a través de un pivote transformaba el movimiento rotatorio en recíproco, haciendo que un pistón empezase la succión al tiempo que el otro finalizaba la impulsión. Hill (1991) apunta que tiene una gran importancia al mostrar un medio efectivo de convertir el movimiento rotatorio en recíproco, hacer uso del principio de doble acción y ser la primera bomba que tiene verdaderos tubos de succión[5].

Hill (1996) comienza diciendo que probablemente la primera máquina de elevación de agua fue la shãduf y aparece en ilustraciones de relieve acadias que datan del 2500 AEC y del 2000 AEC en Egipto y añade que debido a su sencillez se ha utilizado hasta la actualidad. Se trata de un poste con un punto de apoyo en una viga de madera sobre dos columnas. En el extremo corto se sitúa un contrapeso de piedra o arcilla y en el otro el cubo sujeto por una cuerda. El operador baja el poste para que el cubo se llene, se deja que el contrapeso lo suba y se vacía el contenido en una acequia de regadío o un pozo[6].

Clasificación

Para una clasificación de los diferentes tipos de bombas hidráulicas, se deben conocer los términos más importantes para evaluar sus méritos, ellos son:

[4] Disponible en: https://cuadernodelingeniero.wordpress.com/2015/12/23/la-evolucion-historica-de-las-bombas-hidraulicas/#_ftn2
[5] Disponible en: https://cuadernodelingeniero.wordpress.com/2015/12/23/la-evolucion-historica-de-las-bombas-hidraulicas/#_ftn2
[6] Disponible en: https://cuadernodelingeniero.wordpress.com/2015/12/23/la-evolucion-historica-de-las-bombas-hidraulicas/#_ftn2

Amplitud de presión: Son los límites máximos de presión con los cuales una bomba puede funcionar adecuadamente. Las unidades más usadas son kg/cm2 o lb/plg2.

Volumen: Es la cantidad de fluido que una bomba puede entregar a la presión de operación. Las unidades son L/min o gal/min.

Amplitud de la velocidad: Se constituyen en los límites máximo y mínimo en los cuales las condiciones a la entrada y soporte de la carga permitirán a la bomba funcionar satisfactoriamente. La unidad empleada es r.p.m.

Eficiencia mecánica: Se puede determinar mediante la relación entre el caballaje teórico a la entrada, necesario para un volumen específico en una presión específica y el caballaje real a la entrada necesario para el volumen específico a la presión específica.

Eficiencia volumétrica: Se puede determinar mediante la relación entre el volumen teórico de salida a 0 lb/plg2 (kg/cm2) y el volumen real a cualquier presión asignada.

Eficiencia total: Se puede determinar mediante el producto entre la eficiencia mecánica y la eficiencia volumétrica[7].

Según el principio de funcionamiento

Bombas de desplazamientos positivos o volumétricos. En ellas que el principio de funcionamiento está basado en la hidrostática, de modo que el aumento de presión se realiza por el empuje de las paredes de las cámaras que varían su volumen. En este tipo de bombas, en cada ciclo el órgano propulsor genera de manera positiva un volumen dado o cilindrada, por lo que también se denominan:

Bombas volumétricas. En caso de poder variar el volumen máximo de la cilindrada se habla de bombas de volumen variable. Si ese volumen no se puede variar, entonces se dice que la bomba es de volumen fijo[8].

[7] Disponible en: https://www.ecured.cu/Bomba_hidr%C3%A1ulica

Según el tipo de accionamiento

Electrobombas. Genéricamente, son aquellas accionadas por un motor eléctrico, para distinguirlas de las motobombas, habitualmente accionadas por motores de explosión

Bombas neumáticas. Son bombas de desplazamiento positivo en las que la energía de entrada es neumática, normalmente a partir de aire comprimido.

Bombas de accionamiento hidráulico. Como la bomba de ariete o la noria.

Bombas manuales. Un tipo de bomba manual es la bomba de balancín.

Bomba vertical y horizontal. El eje de rotación de una bomba puede ser horizontal o vertical, (rara vez inclinado). De esta disposición se derivan diferencias estructurales en la construcción de la bomba que a veces son importantes, por lo que también las aplicaciones de los dos tipos de construcción suelen ser, a menudo, distintas y bien definidas.

Bombas horizontales. La disposición del eje de giro horizontal presupone que la bomba y el motor se hallan a la misma altura. Éste tipo de bombas se utiliza para funcionamiento en seco, exterior al líquido bombeado que llega a la bomba por medio de una tubería de aspiración.

Las bombas centrífugas, sin embargo, no deben rodar en seco, ya que necesitan del líquido bombeado como lubricante entre aros rozantes e impulsor, y entre empaquetadura y eje. Como no son auto aspirantes requieren, antes de su puesta en marcha, el estar cebadas; esto no es fácil de conseguir si la bomba no trabaja en carga, estando por encima del nivel del líquido, que es el caso más corriente con bombas horizontales, siendo a menudo necesarias las válvulas de pie, (aspiración), y los distintos sistemas de cebado.

Como ventajas específicas se puede decir que las bombas horizontales, (excepto para grandes tamaños), son de construcción más barata que las verticales y,

[8] Disponible en: https://www.ecured.cu/Bomba_hidr%C3%A1ulica

especialmente, su mantenimiento y conservación es mucho más sencillo y económico; el desmontaje de la bomba se suele hacer sin necesidad de mover el motor y al igual que en las de cámara partida, sin tocar siquiera las conexiones de aspiración e impulsión.

Bombas verticales. Las bombas con eje de giro en posición vertical tienen, casi siempre, el motor a un nivel superior al de la bomba, por lo que es posible, al contrario que en las horizontales, que la bomba trabaje rodeada por el líquido a bombear estando, sin embargo, el motor por encima de éste.

Bombas verticales de funcionamiento en seco. En las bombas verticales no sumergidas, el motor puede estar inmediatamente sobre la bomba, o muy por encima de ésta. El elevarlo responde a la necesidad de protegerlo de una posible inundación o para hacerlo más accesible si, por ejemplo, la bomba trabaja en un pozo. El eje alargado puede ser rígido o flexible por medio de juntas universales, lo que simplifica el siempre difícil problema del alineamiento. Se emplean muy a menudo las mismas bombas horizontales modificadas únicamente en sus cojinetes. La aspiración es lateral, (horizontal); en las bombas grandes, frecuentemente, es por abajo, aunque a veces se transforma en lateral mediante un simple codo.

La ventaja de las bombas verticales, es que requieren muy poco espacio horizontal que las hace insustituibles en barcos, pozos, etc.; sin embargo, se necesita un espacio vertical superior suficiente para permitir su cómodo montaje y desmontaje. Para bombas de gran caudal, la construcción vertical resulta en general más barata que la horizontal. Las bombas verticales se emplean normalmente en aplicaciones marinas, para aguas sucias, drenajes, irrigación, circulación de condensadores.

Bombas verticales sumergidas. El funcionamiento sumergido de las bombas centrífugas elimina el inconveniente del cebado, por lo que el impulsor se halla continuamente, aún parado, rodeado por el líquido a impulsar y, por lo tanto, la

bomba está en disposición de funcionar en cualquier momento. El control de la unidad requiere únicamente la puesta en marcha del motor de accionamiento, sin necesidad de dispositivos adicionales de cebado previo. La aspiración, que es siempre por abajo, se hace a una cierta profundidad con respecto al nivel libre del líquido. Si esta profundidad es menor de lo debido, 2 o 3 veces el diámetro del orificio de aspiración, se pueden crear en la superficie vórtices o remolinos por cuyo centro se introduce aire en la bomba, con la consiguiente pérdida de caudal y deficiente funcionamiento.

El eje del que van provistas estas bombas, va guiado normalmente por cojinetes de fricción separados a intervalos regulares (de 1,5 a 3 metros) y lubricados por aceite, grasa, o el mismo líquido bombeado; en este último caso, el eje se suele disponer en el interior de la tubería de impulsión vertical, cerca del motor, en que ésta se desvía horizontalmente mediante un codo adecuado. En los casos de lubricación por grasa o aceite, el eje va dentro de un tubo portador de los cojinetes, siendo este conjunto, a su vez, exterior o interior a la tubería de impulsión.

La otra solución tiene la ventaja de requerir un menor espacio, siendo en ambos casos innecesaria la empaquetadura, lo que constituye también una circunstancia muy favorable, dados los inconvenientes que ésta lleva a veces consigo.

Las bombas sumergidas tienen la ventaja de ocupar un espacio horizontal mínimo, sólo el necesario para acomodar el motor vertical y la impulsión, siendo incluso ésta a veces subterránea. Las ventajas hidráulicas son evidentes al desaparecer todos los problemas de aspiración que constituyen el principal inconveniente en el funcionamiento de las bombas centrífugas. Desde un punto de vista mecánico, esta disposición presenta grandes inconvenientes con respecto a la horizontal. Las bombas son inicialmente más caras y su mantenimiento mucho más elevados, ya que cualquier reparación exige el desmontaje de la bomba para izarla a la superficie. El eje alargado, somete a los cojinetes a un trabajo duro que, sobre

todo, si están lubricados por agua o líquidos sin grandes propiedades lubricantes, hace que su vida sea corta e imprevisible.

Los tipos más importantes de bombas verticales sumergidas son las bombas de turbinas verticales o de pozo profundo, las bombas de hélice y las bombas de voluta sumergidas.

Otras bombas de agua. El ariete hidráulico es un equipo que no necesita que se le suministre energía exterior, pues eleva el agua basado en aumentos instantáneos de presión producidos en su interior por una corriente de agua. Vea el artículo "Ariete Hidráulico". La noria y el malacate aprovechan la energía humana para mover un eje rotatorio horizontal o vertical que acciona un mecanismo dotado de cucharones (cangilones) u otros medios que elevan el agua. El molino de agua es una especie de noria que aprovecha la energía de la corriente de agua para mover un transportador de cangilones[9].

[9] Disponible en: https://www.ecured.cu/Bomba_hidr%C3%A1ulica

5.2 MARCO LEGAL

El sector industrial es un sector reglamentado por normas generales aplicadas a toda la industria tal como lo plasma la Superintendencia de Industria y Comercio cuya normatividad es amplia por lo cual se expondrán de una forma más genérica.

5.2.1 Normas supranacionales:

PCT: Propiedad Industrial, Tratado de cooperación en materia de patentes. (Su traducción oficial en español se encuentra en proceso por parte de la OMPI) ABRIL 2012

Decisión 689: Propiedad Industrial, Normas de adecuación de determinados artículos de la Decisión 486 – Régimen Común sobre Propiedad Industrial, para permitir el desarrollo y profundización de Derechos de Propiedad Industrial a través de la normativa interna de los Países Miembros MARZO 2008

Arreglo de Estrasburgo: Propiedad Industrial, Clasificación internacional de patentes, sexta edición DIC 1994

Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena: Normas Técnicas, Sistema Andino de Normalización, Acreditación, Ensayos, Certificación Reglamentos Técnicos y Metrológicos MAYO 1994

OMD: Normas Técnicas, Propiedad Industrial, Prácticas Comerciales Restrictivas, Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio ABRIL 1994

DECISIÓN 291: Propiedad Industrial, Reformas al régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías. MAR 1991

ACUERDO G-3: Normas Técnicas, Términos presentados en la sexta edición de la Guía ISO/IEC 2:1991, «Términos Generales y sus Definiciones en Relación a la Normalización y Actividades Conexas», (art. 14) FEB 1991[10]

5.2.2 Leyes

Ley 1676: Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias. AGO 2013[11]

Ley 1648: Por la cual se establecen medidas de observancia a los Derechos de Propiedad Industrial. JUL 2013[12]

Ley 1455: Por medio de la cual se aprueba el protocolo concerniente al arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989, modificado el 3 de octubre de 2006 y el 12 de noviembre de 2007 Nota: Este Tratado se encuentra en Revisión Constitucional. JUN 211

Ley 1343: Por medio de la cual se aprueba el Tratado sobre el Derecho de Marcas y su Reglamento, adoptados el 27 de octubre de 1994s disposiciones. JUL 2009

Ley 822: Por la cual se dictan normas relacionadas con los agroquímicos genéricos.

Ley 740: por medio de la cual se aprueba el Protocolo de Cartagena sobre seguridad de la Biotecnología del Convenio sobre la Diversidad Biológica, hecho en Montreal, el veintinueve (29) de enero de dos mil (2000)

[10] PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. (2016) Comunicado de prensa nuevo plan de infraestructura en Colombia http://es.presidencia.gov.co/noticia/161125-Presidente-Santos-proyecta-nuevo-plan-de-Infraestructura-para-Colombia

[11] REPUBLICA DE COLOMBIA, ministerio de hacienda (2013). Superintendencia de industria y comercio. [en línea] http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2013/Ley_1676_2013.pdf

[12] REPUBLICA DE COLOMBIA, ministerio de hacienda (2013). Superintendencia de industria y comercio. [en línea]http://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/LEY%2B1648%2BDEL%2B12%2BDE%2BJULIO%2BDE%2B2013%2Bpropiedad%2Bindustrial.pdf

Ley 463: Por medio de la cual se aprueba el Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT),

Ley 178: Por medio de la cual se aprueba el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial

Ley 170: Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio. DIC 1994

Ley 172: Por medio de la cual se aprueba el Tratado de Libre Comercio entre los Gobiernos de estados Unidos mexicanos, la República de Colombia y la República de Venezuela, suscrito en Cartagena de Indias el 13 de junio de 1994. JUL 1994[13]

5.2.3 Decretos

Decreto 537: Por el cual se reglamenta la Ley 1493 de 2011, se modifica el Decreto 1080 de 2015 único reglamentario del sector cultura y el Decreto 1625 de 2016 único reglamentario en materia tributaria

Decreto 1636: Por el cual se implementan compromisos de acceso a los mercados adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, firmado en Bruselas, el 26 de junio de 2012. JUL 2013[14]

[13] REPUBLICA DE COLOMBIA, ministerio de hacienda (2013). Superintendencia de industria y comercio. [en línea]. http://www.sic.gov.co/leyes?field_tipo_de_norma_value=1&field_tema_general_tid=All&field_anos_value=2013

[14] REPUBLICA DE COLOMBIA, ministerio de hacienda (2013). Superintendencia de industria y comercio. [en línea]. http://www.sic.gov.co/decretos-lista?field_tipo_de_norma_value=2

5.3 MARCO TEORICO

Como referente principal del desarrollo de este trabajo, se tomará el texto "Diagnóstico Organizacional" de la autora Elizabeth Vidal Arizabaleta, además del texto "Gerencia Estratégica" Humberto Serna Gómez

5.3.1 Estrategia gerencial

Para el desarrollo de la propuesta de Estrategia Gerencial, se toma como base en texto de Elizabeth Vidal, allí se plantea que "el diagnóstico es un proceso de comparación entre dos situaciones: la presente, que se llega a conocer mediante la indagación, y la ideal, ya definida y que sirve de pauta o modelo."[15] De esta comparación entre la realidad de una organización, y lo que debería ser su estado ideal, surge el diagnóstico como punto de partida para mejorar en pro del estado ideal.

Para el caso de la empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S, se busca que, mediante el proceso de Estrategia Gerencial, se determinen bases para diseñar una propuesta de planeación estratégica.

Es así como el diagnóstico permitirá detectar las falencias que tiene la empresa y tomar medidas y plantear estrategias que permitan alcanzar las metas y los objetivos.

Aspectos de medición

En el texto de la autora (Vidal Arizabaleta), se determinan los siguientes aspectos: En el mundo globalizado en el que incursiona la economía desde la llegada de las tecnologías, proporciona un escenario en el cual predomina las inversiones y la

[15] VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional. Evaluación Sistémica del desempeño Empresarial en la era digital. Bogotá: Ecoe ediciones. 2005. p-2

competencia, por lo tanto, las organizaciones actuales deben estar a la vanguardia de esta situación para no caer en el intento.

En este escenario, las organizaciones deben predecir las situaciones cambiantes y anticiparse a la incertidumbre y esto lo logra con la planeación estratégica que permite visualizar el exterior y el interior de la organización.

Esto a la par significa que los instrumentos de medición e indicadores, deben ser los necesarios y suficientes para dar buena cuenta de la marcha de la organización. Su exceso o defecto, inducirán a tomas de decisión equivocadas que llevarían a la empresa a circunstancia de riesgo donde se puede perder mucho. Para conocer los aspectos organizacionales de la empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S., se deben analizar las diferentes variables internas y externas que generan o pueden generar impacto en su desempeño. Es así como los aspectos a conocer e instrumentos para tal fin, se determinan en la siguiente tabla:

Tabla 1: instrumentos de la investigación

ASPECTOS A CONOCER	INSTRUMENTOS INTRUMENTOS
1. Entorno	Análisis de Fuerzas externas clave Matriz de perfil competitivo –MPC Síntesis: Matriz de evaluación de factores externos –EFE-EFI
2. Direccionamiento estratégico	Misión, visión, políticas organizacionales, estrategias, objetivos, metas, cultura. Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción
3. Clientes	Sistema de investigación de

	mercados
4. Procesos internos (cadena de valor)	Indicadores e inductores- Cuestionario sobre la logística de la empresa
5. Formación y crecimiento (talento humano)	Indicadores e inductores

Fuente: VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional. Evaluación Sistémica del desempeño empresarial en la era digital. Bogotá: Ecoe ediciones. 2005. p-29

5.3.2 Planeación estratégico

La planeación estratégica es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto (oposición inteligente).

Se basa en la administración por objetivos y responde prioritariamente la pregunta "Qué hacer". Situaciones como la creación o reestructuración de una empresa, la identificación, y evaluación de programas y proyectos, la formulación de un plan de desarrollo, la implementación de una política, la conquista de un mercado, el posicionamiento de un producto o servicio, la resolución de conflictos, son ejemplos de casos donde la Planeación Estratégica es especialmente útil.[16]

La planeación estratégica guiara a los directivos a la toma de decisiones a través de la generación de estrategias que se verán reflejadas en los planes de acción.

[16] Disponible en: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2.htm

5.4 MARCO CONCEPTUAL

Un diagnostico organizacional representa el punto de inicio para diseñar acciones que permitan hacer frente a la necesidades o problemas que tenga una organización a través de un plan estratégico, las siguientes definiciones dan un contexto de lo que se trata el trabajo.

DIAGNOSTICO

"Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas"**.**[17]

PLANEACION ESTRATEGICA

es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.[18]

A partir de los análisis de la información se plantearán estrategias que permitan tomar las decisiones más adecuadas para la organización.

[17] LIC. MEZA, Adriana y Lic. CARBALLEDA, Patricia. El diagnostico organizacional; elementos, métodos y técnicas. campus virtual [en línea], 09 de septiembre de 2018 disponible en internet: file:///C:/Users/laura%20chitiva/Downloads/20.pdf

[18] DUMORNE, Kelly. Diagnostico económico-financiero y planificación estratégica. En eumed.net [en línea] ,09 de septiembre de 2018. Disponible en internet: http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/#indice

TOMA DE DESICIONES

Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones.[19]

Mediante este proceso se podrá divisar las diferentes opciones y elegir una que ayude a la organización a mejorar.

ESTRATEGIA

Según kennet Andrews “la estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y los planes principales para alcanzar las metas, presentándolos de tal manera que permitan definir la actividad a la que se dedica la empresa o la cual se dedicara, así como el tipo de empresa que es o será”[20]

La implementación de los planes y las estrategias serán determinadas por la matriz DOFA O FODA que permitirá decidir sobre ciertas estrategias para poder logar el objetivó.

GERENCIA ESTRATEGICA

Es una herramienta que permite ejecutar las estrategias que fomentan el desarrollo de un buen plan donde se resalten las ventajas y desventajas que se puedan presentar en el ámbito laboral debido a los diferentes factores externos que influyen la misma[21].

DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

Por lo tanto, el diagnóstico estratégico es una herramienta que se utiliza para analizar la situación interna y externa de una institución. Que a través del proceso

[19] PACHECO, José. Proceso de toma de decisiones en las organizaciones: racional e intuitivo. Heflo [en línea],09 septiembre de 2018 disponible en internet: https://www.heflo.com/es/blog/gestion-de-empresas/toma-de-decisiones/

[20] PIMENTEL, Luis. Introducción al concepto de la planeación estratégica. Unipamplona [en línea], 09 de septiembre de 2018 disponible en internet: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf

[21] SERNA, Humberto. Gerencia estratégica. Slideshare [en línea],09 de septiembre de 2018 disponible en internet: https://es.slideshare.net/Fhran/planeacion-estrategica-humberto-serna

de recopilación de la información (diversas técnicas) nos permite encontrar y conocer los ambientes organizacionales.[22]

VENTAJA COMPETITIVA

Es una ventaja en algún aspecto que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, y que le permite tener un mejor desempeño que dichas empresas y, por tanto, una posición competitiva en dicho sector o mercado.[23]

PLANEACION

Seleccionar entre diversas alternativas las más convenientes para cumplir la misión de un organismo social, adquiriendo un análisis cuidadoso del pasado y del presente, así como de una provisión técnica del futuro.[24]

ORGANIZACIÓN

Es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.[25]

[22] INFORMATICAFCAUCE. diagnostico estratégico. Slideshare [en línea], 09 de septiembre de 2018 disponible en: https://www.slideshare.net/informaticafcauce/diagnostico-estrategico

[23] ARTURO. Ventaja competitiva. crece negocios [en línea],09 de septiembre de 2018 disponible en internet: https://www.crecenegocios.com/author/crece-negocios/

[24] PERDOMO, A Moreno. Elementos Básicos Administración Financiera. Ecafsa. Pag4

[25] Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008.
Definición de: Definición de organización [en línea],09 de septiembre de 2018 disponible en internet: (https://definicion.de/organizacion/)

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 TIPO DE ESTUDIO

Es un estudio descriptivo, porque se identifican las características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación de variables.[26] En este caso se hará un diagnostico estratégico, que permitirá identificar los principales factores que afectan a la empresa en el exterior como en el interior y para proponer un plan estratégico y después unos planes de acción.

6.2 POBLACION Y MUESTRAS

Población. Empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S y el entorno económico donde se desempeña.

Muestras. Las diferentes áreas de la empresa objeto de análisis

6.3 METODO DE INVESTIGACION

El método a usar es inductivo, porque a partir de la observación que se realiza en el diagnostico se analizan y clasificación los datos y esto se realiza con base a los hechos que suceden dentro y fuera de la empresa y por último se realizan las estrategias y los planes de acción a seguir para comprobar la veracidad del plan estratégico.

[26] MENDEZ A, Carlos E. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: McGraw Hill: 2003. p-134

6.4 FUENTES PRIMARIA Y SECUNDARIAS

Fuentes primarias. Las matrices propuestas por Humberto serna para el desarrollo de la gerencia estratégica.

Fuentes secundarias. Todo el material bibliográfico que ayude al desarrollo del trabajo para lograr los objetivos

7. IDENTIFICACION DE LA ORGANIZACIÓN

7.1 PRESENTACION DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. Es una pequeña empresa, nacida de la asociación voluntaria y autónoma de sus miembros buscando de manera común la satisfacción de sus necesidades y aspiraciones. Actualmente, es una pequeña empresa, cuya actividad económica se centra en la oferta de servicios de compra y venta de maquinaria Industrial, realización de estudios técnicos , y ofrece un amplio portafolio que comprende líneas de crédito , para ejecución de obras para el adecua miento de maquinaria , transporte de maquinaria y accesorios , prestación de servicios técnicos e industriales , perforación y limpieza de pozos profundos , importación de maquinaria y tecnología , exportación y comercialización de motobombas y accesorios hidráulicos para incursionar en nuevos mercados expandiendo así el campo de trabajo de la compañía, para la realización de su objeto social.

7.1.1 Base legal

NOMBRE: SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S

N.I.T: 900763070

TIPO DE SOCIEDAD

Bajo la ley 1258 de 2008 de diciembre 05, por medio de la cual se crea la sociedad anónima simplificada S.A.S art no 1 podrá constituirse por una o varias

personas naturales o jurídicas quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes[27].

soluciones hidráulicas omega S.A.S que por acta no 01 de asamblea de accionistas el 19 de agosto de 2014, inscrita el 26 de agosto de 2014 bajo el número 01862460 del libro ix se constituyó la sociedad comercial denominada soluciones hidráulicas omega S.A.S[28]

7.1.2 Reseña histórica

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S es una pequeña empresa, nacida de la asociación voluntaria y autónoma de sus miembros buscando de manera común la satisfacción de sus necesidades y aspiraciones, inicia operaciones en el año 2010, bajo la cabeza de su fundador y Gerente General Andrés Ricardo Gil Vargas, con un empleado, quien se encargaba de realiza funciones técnicas y administrativas, luego de esto la empresa logra integrar a su equipo 2 colaboradores más, quienes realizan funciones administrativas, y después de grandes esfuerzos logran formalizar la empresa, generando diversas fuentes de empleo y granizando a cada uno de sus clientes una gran propuesta de valor.

Fue creada como sociedad comercial, el 26 de agosto de 2014.

Actualmente, es una pequeña empresa, cuya actividad económica se centra en la oferta de servicios de compra y venta de maquinaria Industrial.

[27] COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Ley 1258. (05, diciembre, 2008). Por la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas. ART 01

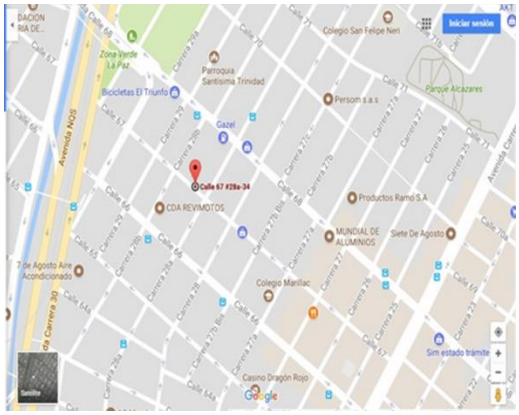
[28] CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL SOLUCIONES HIDRAULICA OMEGA S.A.S. Cámara de Comercio de Bogotá.

Su portafolio comprende líneas de crédito, que incluye entre otros productos, bombas en fundición y acero inoxidable de alta presión, multi etapas, aguas.

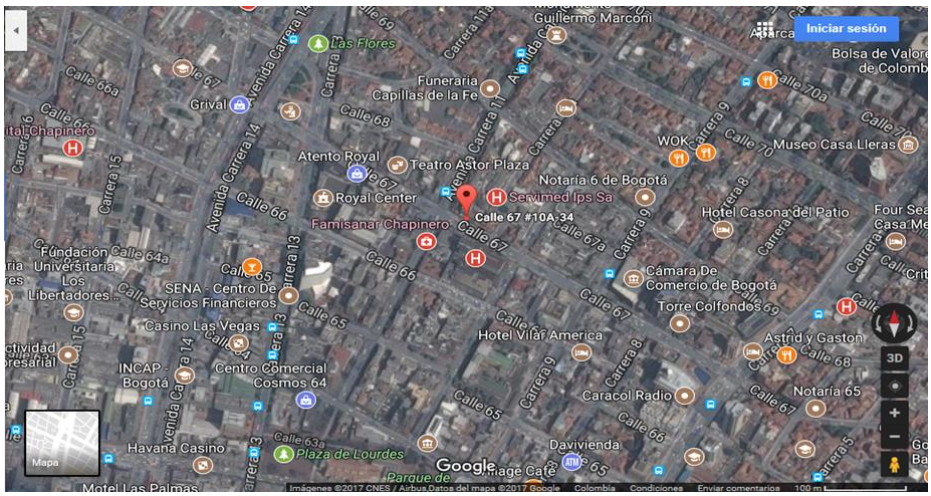
SOLUCIONES HIDRAULCA OMEGA S.A.S. actualmente está en proceso de renovación y de recertificación de la norma de calidad[29].

7.1.3 Dirección, barrio, zona

Ilustración 1: localización



FUENTE: GOOGLE MAPS



DIRECCION COMERCIAL: CALLE 67 28ª 34

[29] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S. Implementación Manual de Calidad.

MUNICIPIO: Bogotá D.C.

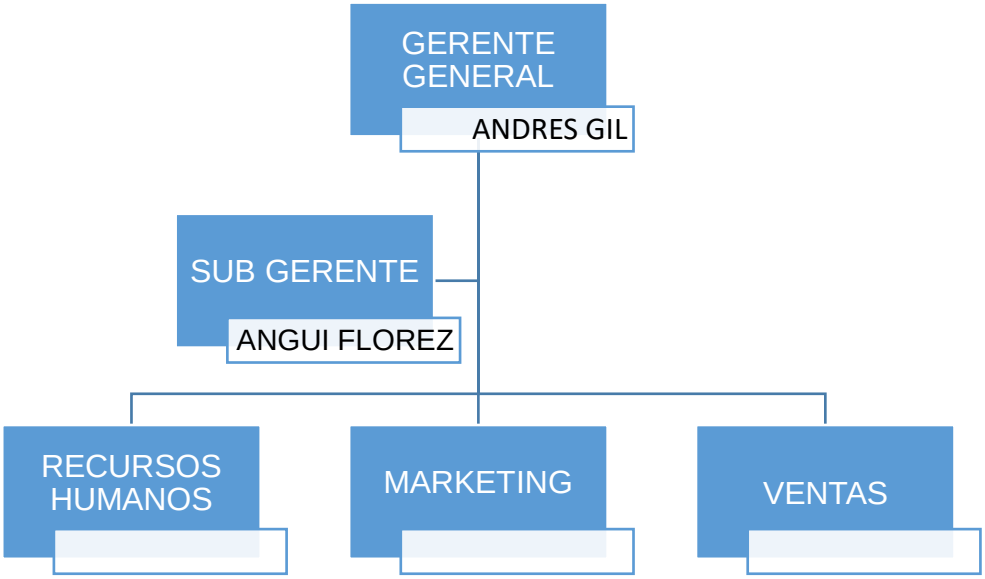
ZONA: Urbana

TELEFONO COMERCIAL: 757 1616

TELEFONO CELULAR: 3204431875

7.1.4 Organigrama

Ilustración 2: organigrama



7.1.5 Directivos y direcciones y teléfonos

Tabla 2: información de directivos

CARGO	NOMBRE Y APELLIDOS	CELULAR	E-MAIL
Gerente General	Andrés Ricardo Gil Vargas	3204431875	andres.gil@omegabombas.com

Fuente: recursos humanos soluciones hidráulica omega S.A.S

Por políticas de la compañía y de sus directivas no se puede obtener la información al respecto de las direcciones de cada uno

COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA

Gerente

Gil Vargas Andrés Ricardo

C.C 80052200

Sub-gerente

Flórez Ibarguen Angie Katherine

C.C 1030565835

Representante legal

Gil Vargas Andrés Ricardo

C.C 80052200

7.1.6 Sector y subsector al que pertenece la actividad

ACTIVIDAD PRINCIPAL: 7110 actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica.

Según la actividad económica se centra en la oferta de servicios de compra y venta de maquinaria Industrial, realización de estudios técnicos, y ofrece un amplio portafolio que comprende líneas de crédito , para ejecución de obras para el adecua miento de maquinaria, transporte y accesorios, prestación de servicios técnicos e industriales, perforación y limpieza de pozos profundos, importación de maquinaria y tecnología, exportación y comercialización de motobombas, accesorios hidráulicos para incursionar en nuevos mercados expandiendo así el campo de trabajo de la compañía, para la realización de su objeto social .

Su portafolio comprende líneas de crédito, que incluye entre otros productos, bombas en fundición de hierro y acero inoxidable de alta presión, autocebantes, caracol, jet, multi etapas, aguas negras, pozo profundo, motores sumergibles, tanques hidroacumuladores, accesorios y repuestos.

ACTIVIDAD SECUNDARIA: 4774 comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados.

Según el subsector económico esta actividad incluye comercio al por menor de artículos de perforación y limpieza (incluidos artículos eléctricos).

El comercio y suministro al por menor de materiales de construcción ya sea de bombas de extracción o artículos de limpieza para reparaciones caseras. Comercio al por menor, para la creación, mejora, mantenimiento o reparación en especialidades como albañilería, electricidad, fontanería, y es de carácter casero.[30]

[30] CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA SAS. Cámara de Comercio de Bogotá

FILIALES O SUBSIDIARIAS ASOCIADAS.

SOLUCIONES HIDRAULICA OMEGA no tiene filiales o subsidiarias, su única Bodega de almacenamiento y comercialización está ubicada en la CALLE 67 28ª 34 Sabana de Occidente Cundinamarca Barrio 7 de agosto.

Matricula no. 02490890

Fecha de matrícula en cámara de comercio de Bogotá: 26 de agosto de 2014

Fecha de renovación matricula en cámara de Bogotá: 23 de marzo de 2017

Código de verificación: 0540535401OAF6

7.1.7 Edad de la empresa

2010 – Un garaje ubicado en el Barrio 7 de agosto Bogotá

2014 – Se consolida como SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA[31]

SOLUCIONES HIDRAULIZAS OMEGA S.A.S cuenta con 7 años de funcionamiento y 3 años de estar constituida e inscrita Cámara de Comercio con matricula No. 02490890 del 26 de agosto de 2014.

7.1.8 Tamaño de la empresa

Según la clasificación que está reglamentada en la Ley 1429 numeral 1 del artículo número 2 de 2010 SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA SAS se

[31] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. consolidación ante Cámara de Comercio de Bogotá

encuentra en la clasificación de pequeña de acuerdo con el número de empleados registrados (Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabaja-dores)[32].

7.1.9 Fase del negocio

La empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S, se encuentra en fase de crecimiento, ya que a pesar de que fue creada en 2014 como la asociación voluntaria y autónoma de sus miembros, esta ofrece servicios de financiación, administración técnica y servicios de créditos a los aliados estratégicos. Desde su fundación ha otorgado más de 1000 créditos que equivalen a más de $ 700.000.000 millones, y ha beneficiado a más de 400 microempresarios. La empresa genera potenciales oportunidades de crecimiento en el área comercial al ofrecer sus servicios a los diversos clientes que se encuentran en el mercado, optimizando y creando nuevas posibilidades de negocio.

Las ventas anuales para el año 2016 de $1.750.000 las demás zonas cumplieron con un monto promedio en ventas anual de $ 80.000.000 SOLUCIONES HIDRAULIZAS OMEGA ha demostrado sostenimiento y crecimiento evidenciado en su cumplimiento en ventas.

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA cuenta actualmente con una base de datos de 350 clientes a nivel nacional de los cuales hay un promedio de 280 clientes activos,[33] aunque no tiene un indicador de clientes nuevos, activos, inactivos o perdidos la organización se basa en un control exhaustivo a su cartera y al seguimiento de visitas comerciales para verificar y reducir el margen de pérdida de clientes[34]

[32] SUPERSOCIEDADES. Definición de pequeña empresa. (25, enero,2018) [en línea] https://www.supersociedades.gov.co/nuestra_entidad/normatividad/normatividad_conceptos_juridicos/OFICIO%20220-007522.pdf

[33] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. Sistema contable BAAN. Departamento Comercial

[34] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. Asistente de Ventas. Área comercial

7.1.10 Número total de empleados que trabajan en la empresa

Tabla 3: número de empleados

N. TOTAL DE EMPLEADOS

N. EMPLEADOS	**PERMANENTES**	**TEMPORALES**
16	6	10

7.1.11 . Áreas funcionales y personal utilizado por área

Tabla 4: áreas funcionales y personal

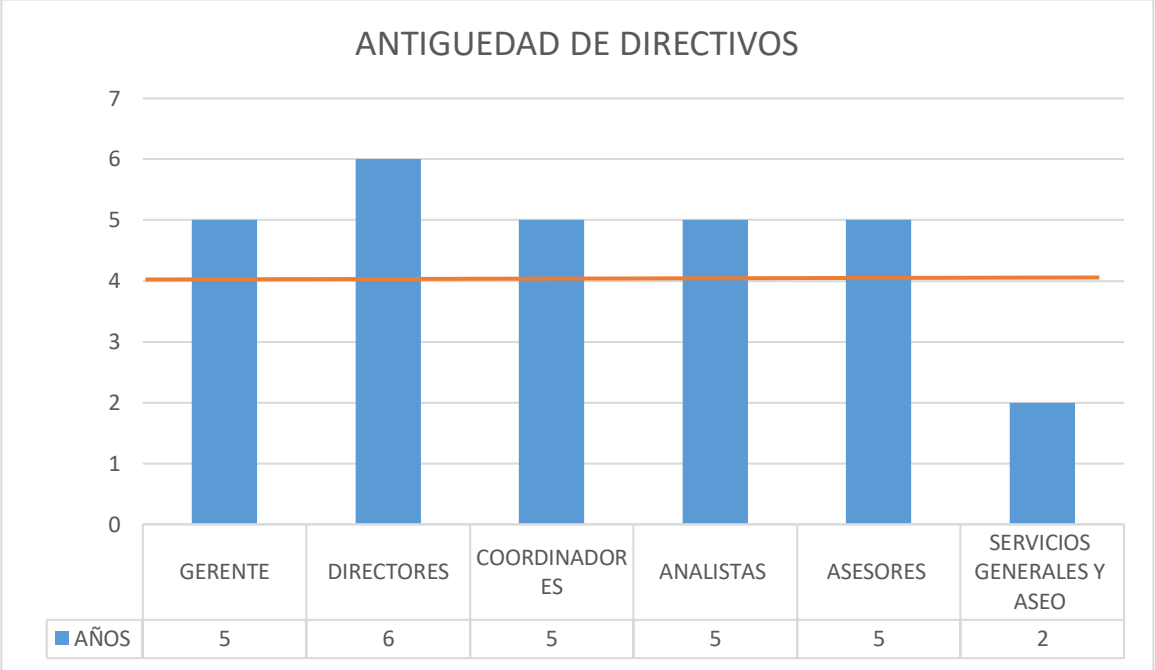
Áreas	**Número de empleados**	**Porcentaje**
Área gestión humana	1	6.25%
Aseo y servicios generales	1	6,25%
Área administrativa	2	12,5%
Área tesorería y archivo	2	12,5%
Área tecnología	2	12.5%
Área gestión asociados	1	6,25%
Área cobranzas operaciones y fabricación	4	25%
Área comercial	3	18,75%
TOTAL	16	100%

Fuente: R.H Y O.S [35]

[35] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S Archivo Digital. Departamento d R.H

7.1.12 Antigüedad promedio por niveles jerárquicos

grafico 1: antigüedad



Fuente: Recursos Humanos [36]

Promedio de antigüedad: 4 años

7.1.13 Misión

Proveer a nuestros clientes soluciones integrales de la más alta calidad, para atender sus requerimientos de manejo de agua y energía

[36] SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. Archivo Digital. Departamento d R.H

7.1.14 Visión

La empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. se consolidará en el mercado en cinco años, brindando el mejor servicio y logrando la fidelización de los clientes.

7.1.15 Valores

Los valores que proponen los estrategas teniendo en cuenta la cultura organizacional, su propósito, la naturaleza del negocio, su entorno y filosofía que define la vida organizacional son:

- INTEGRIDAD: La capacidad de actuar de manera autentica y transparente.
- RESPETO: Sensibilidad de entender y ponernos en el lugar del otro, todos somos iguales y por ende el trato es igualitario.
- CONFIANZA: Construir con base a la honestidad y transparencia un sentido de familiaridad y compañerismo.
- COMUNICACIÓN ASERTIVA: Expresar cada punto de vista de manera clara y respetuosa teniéndose en cuenta para cada objetivo u acción.
- COMPROMISO: Fundar responsabilidad en cada actividad o deber otorgado para la construcción de una mejora continúa.
- DISPOSICIÓN: Generar buena actitud en el entorno empresarial y global, llevando a cabo las actividades en un clima organizacional cómodo y tolerante.

7.1.16 Políticas

Comunicación: una comunicación asertiva que contribuya al buen funcionamiento de la organización permitirá que las ordenes y estrategias sean aceptadas y desarrolladas correctamente.

Control interno. Facilitará el orden y control de la organización, permitiendo que sea flexible y por lo tanto que se pueda adaptar con mayor facilidad al entorno y pueda mejorar las prácticas asociadas.

Talento humano: capacitar al personal y permitir el crecimiento laboral y personal para fomentar un entorno empresarial saludable y tener la capacidad para retener el personal y que este contribuya a la empresa y le ayude al crecimiento y evolución.

Derechos humanos: SOLUCIONES HIDRAULICA SAS respetara los derechos humanos de todos sus participantes, garantizando la integridad física y mental cumpliendo con lo de limitado en la ley para que las acciones desarrolladas no incumplan con estos derechos y fomentar el respeto.

Gestión de la información: implementar acciones que permitan que la información suministrada será confiable, oportuna y confiable, para garantizar la privacidad de los datos tanto de clientes como de proveedores.

Correcta ejecución de la actividad. Todos los empleados tienen que conocer los procesos a desarrollar dentro de la organización siguiendo los manuales y procedimientos establecidos

7.1.17 Objetivos

Fortalecer las ventas en Funza

Implementar un software para control de inventarios

Elaborar presupuestos por área para maximizar utilidades

Capacitar el personal para el continuo desarrollo

Actualizar el proceso de selección de personal

Incursionar en nuevos canales de mercado

Diversificar las campañas publicitarias

7.1.18 Principios

Cultura de resultados: generar el compromiso con la empresa para el desarrollo de la alta responsabilidad y mejorar la competitividad

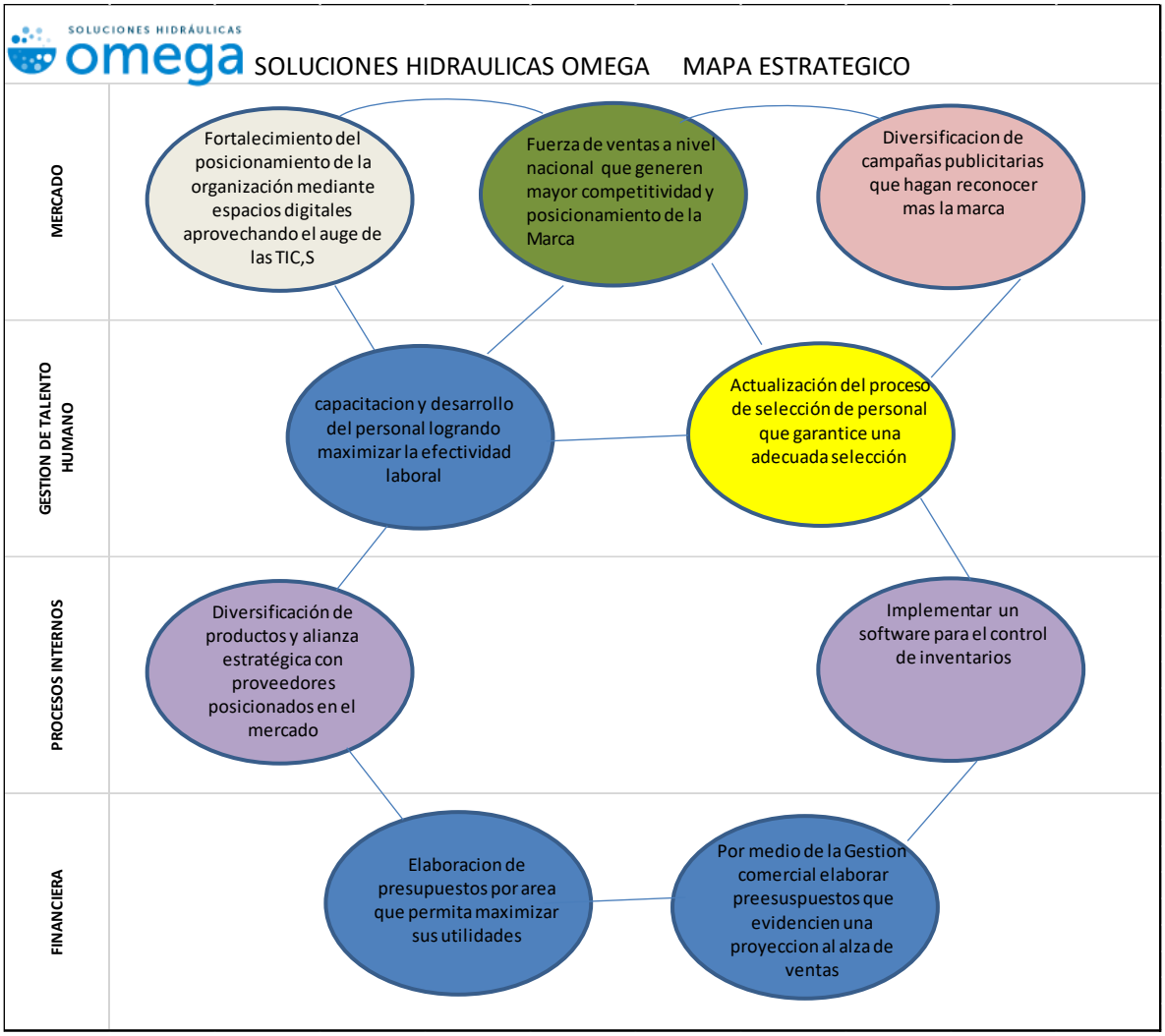
Desarrollo y bienestar: fomentar una cultura de respeto en la cual se vele por la seguridad e integridad de las personas y garantizar el desarrollo profesional.

Compromiso en el servicio: lograr la plena satisfacción de los clientes para destacar entre la competencia y lograr la fidelización de los clientes.

Cultura de calidad. Perfeccionar el producto cada dio e ir innovando para ser más competitivos

7.1.19 Mapa estratégico

Ilustración 3: mapa estratégico



7.1.20 Mega

Para el año 2023 la compañía SOLUCIONES HIDRÁULICAS OMEGA será capaz de lograr el 100% de satisfacción del cliente en cada venta

7.1.21 Identificación de los propietarios

Tabla 5: fundadores

FUNDADORES

NOMBRES Y APELLIDO	SEXO	EDAD	LUGAR DE NACIMIENTO	CARGO	VICULO
GIL VARGAS ANDRES RICARDO	MASCULINO	38	BOGOTA	GERENTE	NINGUNO
FLOREZ IBARGUEN ANNGIE KATHERINE	FEMENINO	35	BOGOTA	SUBGERENTE	NINGUNO

FUENTE: RECURSOS HUMANOS [37]

8. AUDITORIA EXTERNA

Tabla 6: proveedores

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S								
Nº	**Producto o servicio ofrecido**	**Nombre del proveedor**	**NIT**	**Localización**	**Volumen de compra**	**Frecuencia de compra**	**Plazo de Pago**	**Tipo**
1	Partes simples	Ignacio Gomez S.A.S		Colombia	2	Anual	N/A	N/A
2	Partes simple y Ornamentacion	Suministros Hidraulicos S.A.S		Colombia	2	Anual	N/A	N/A

Fuente: mercadeo soluciones hidráulica S.A.S

[37] SOLUCIONES HIDRAUICAS OMEGA S.A.S. Archivo Digital. Departamento d R.H. y S.O.

Tabla 7: selección de proveedores

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S							
Nº	**Materia prima o insumo**	**Precio al por mayor**	**Calidad**	**Plazo de pago**	**Cantidad**	**Entrega a tiempo**	**Antigüedad**
1	Ignacio Gomez S.A.S	$ 250.000.000	Buena	N/A	2	SI	6 meses
2	Suministros Hidraulicos S.A.S	$ 270.000.000	Buena	N/A	2	SI	6 meses

Fuente: mercadeo soluciones hidráulicas omega S.A.S

Tabla 8: canales de distribución

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S				
Venta Directa		**Venta Indirecta**		**Localización**
Punto de venta.	5%	Publicidad Voz a Voz	60%	Bogotà
Puerta a puerta	0%	Clientes	35%	Bogotà
Almacenes / tiendas	0%			Bogotà
Otro ¿Cuál?	0%	Otro ¿Cuál?	0%	Bogotà

Fuente: mercadeo soluciones hidráulicas omega S.A.S

Tabla 9: Transporte

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S			
Tipo de Transporte	**Si**	**No**	**Calificación**
Propio (Automóvil)	X		5
Contratado con particulares	X		3
Contratado con empresas especializadas		X	0

Fuente: logística soluciones hidráulicas omega S.A.S

Tabla 10. Tecnología

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S		
Tecnología	**Si**	**No**
Teléfono	X	
Redes sociales y videoconferencias	X	
E - comerce		X
Software	X	
Internet	X	
Celular	X	

Fuente: logística soluciones hidráulicas omega S.A.S

Tabla 11: Competidores directos

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S				
Razón social	**Productos/servicios**	**Ubicación**	**Ventas**	**Ventajas competitivas**
ENERPAC CYLINDERS - PUMPS	Venta de Bombas Hidraulizas y maquinaria industrial	Bogotá	N/A	Competirtividad en precios , Reconocimiento de marca , Amplio portaforlio de productos y servicios .
BEYOND INDUSTRIAL LTDA	Venta de Bombas Hidraulizas y maquinaria industrial	Bogotá	N/A	Servivio al cliente ,Transporte , Diseño y desarrollo.
BOMBAS HIDRAULICAS NACHI	Venta de Bombas Hidraulizas y maquinaria industrial	Bogotá	N/A	Trayectoria en el mercado, Innovacion , Valor agregado

Fuente: mercadeo soluciones hidráulicas omega S.A.S

Tabla 12: clientes

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S						
Nº	**Empresa**	**Tipo de cliente**	**Ubicación**	**Volumen anual de compras**	**Frecuencia**	**Plazo de pago (dìas)**
1	BARNERS DE COLOMBIA	Fabricante y comercializador de Bombas Hidraulicas	Celta Trade Park Bodegas 86 y 93	$80.000.000	Trimestral	Contado
2	BARMESA S.A.S	Fabricante y comercializador de Bombas Hidraulicas	Parque Industrial Puerto Central Calle 23 No.116-31	$90.000.000	Trimestral	30 días

Fuente: mercadeo soluciones hidráulicas omega S.A.S.

8.1 ESTADO DEL ARTE

8.1.1 Factores demográficos

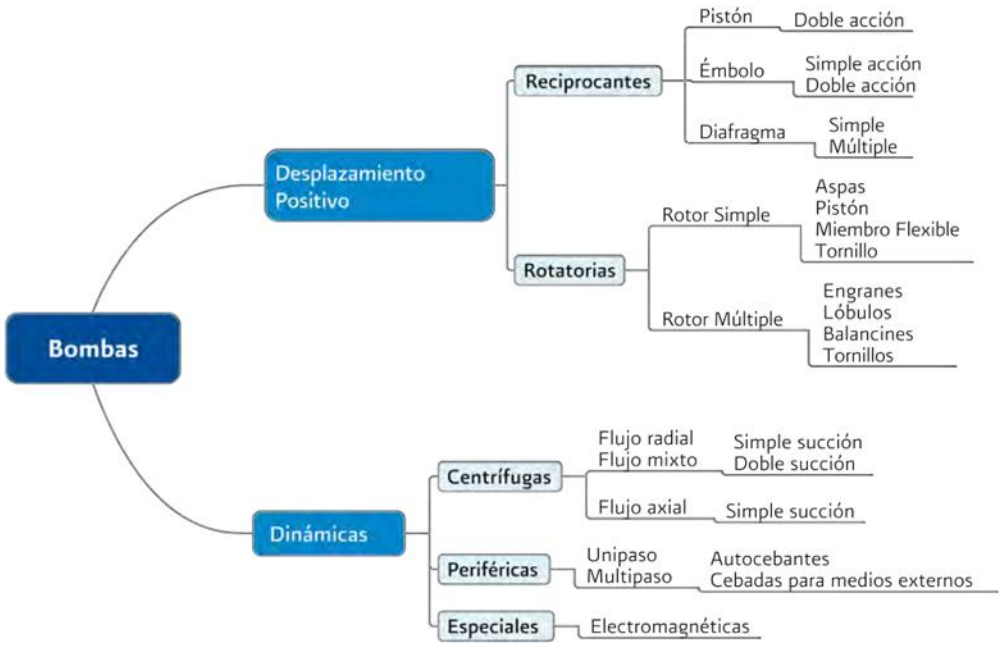
Existen varios factores demográficos que afectan a una empresa. Estos factores son diferentes rasgos que se pueden utilizar para determinar las preferencias sobre un producto o los comportamientos de compra de los consumidores. La mayoría de las empresas identifica a sus clientes clave a través de estos rasgos. Luego, abordan a los consumidores con determinadas características en sus anuncios y promociones. Dirigirse a los consumidores con características demográficas similares ayuda a maximizar las ventas y las ganancias de una empresa.

Ingreso

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S, ofrece un estándar de precios económicos, ya que en su fase de negocio maneja diferentes convenios con multinacionales a nivel Nacional, donde provee diferentes maquinarias a un nivel menor con el fin de disminuir la competencia directa con los mismos, esto permite penetrar el mercado, de una forma indirecta y generar nombre, recordación y mejor nivel de servicio.

El ingreso es una variable demográfica que puede afectar a una empresa. Los productos de una empresa a menudo están dirigidos a ciertos grupos de ingreso. El precio es un factor determinante en los productos que compran. Por lo tanto, las empresas pueden atraer a clientes de bajos ingresos a través de tiendas minoristas de descuento y mayoristas y seducir a compradores de alto poder adquisitivo mediante tiendas minoristas especializados.

Ilustración 4: funcionamiento de la bomba hidráulica



Fuente: Hydraulic Institute.

La industria maneja una alta variedad de fluidos, sujetos a una serie de propiedades físicas. Las propiedades de un fluido son las que definen el comportamiento y características del mismo, tanto en reposo como en movimiento.

Fuente: Hydraulic Institute.

Tabla 13: tabla depresión de las bombas

Viscosidad	Entalpía
Densidad	Entropía
Presión	Calores específicos
Temperatura	Peso y volumen específicos
Energía interna	Capilaridad

Edad

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S, se encuentra en el mercado de compra y venta de Maquinaria Industrial hace 7 años, lo que ha permitido que logre generar un nivel de recordación y un buen nombre frente a los grandes distribuidores Nacionales, y de esta forma ingresar al mercado, con un gran alcance y proyección.

La edad es otro elemento demográfico que impacta en una empresa. Los productos y servicios de una empresa tienen más posibilidades de atraer a determinados grupos.

Región geográfica

La empresa SOLUCIONE HIDRAULICAS OMEGAS S.A.S se encuentra ubicada en el departamento de Cundinamarca cuidad, Santa Fe de Bogotá, D.C. es la ciudad capital de la República de Colombia y constituye el principal centro geográfico, político, industrial, económico y cultural del país.

A una altura de 2.630 metros sobre el nivel del mar, y con un área de 1587 Kms², es sede del Gobierno y la más extensa de las ciudades de Colombia. Aquí se concentra el 17% de la población total de la nación (6.4 millones de habitantes), con la característica de poseer los más altos índices educativos.

Su condición de capital de la República ha hecho que se haya extendido cada vez más para dar cabida a los miles de habitantes provenientes de todos los rincones del país y a extranjeros que encuentran en la ciudad un buen clima, gente amable y amplias posibilidades de negocios.

La ciudad de Bogotá se encuentra situada en la Sabana de Bogotá, enmarcada por los cerros Monserrate y Guadalupe y por el río Bogotá al occidente.

Los límites del Distrito Capital son:

Norte: Municipio de Chía.

Oriente: Cerros Orientales y los Municipios de La Calera, Choachí, Ubaque, Chipaque, Une y Gutiérrez.

Sur: Departamentos del Meta y Huila

Occidente: Río Bogotá y Municipios de Cabrera, Venecia, San Bernardo, Arbeláez, Pasca, Sibaté, Soacha, Mosquera, Funza y Cota.

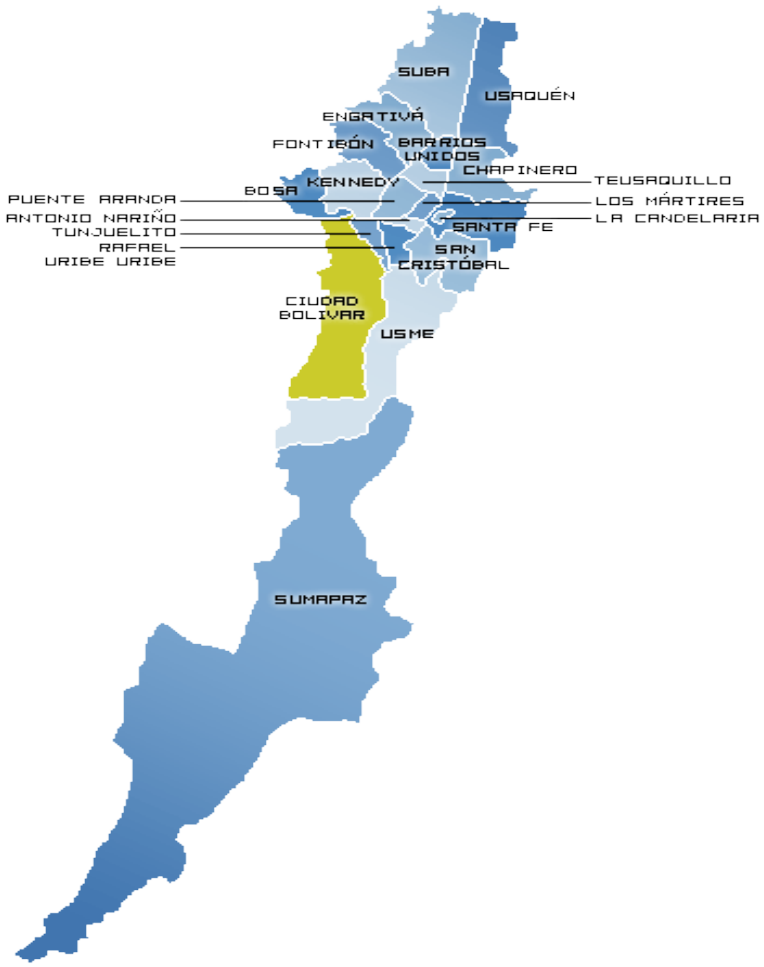
El Distrito Capital cubre un área de 1.587 Kms² y el Departamento al cual pertenece, Cundinamarca, cubre 22.246 Kms²; además, Bogotá se halla ubicada a una altura sobre el nivel del mar de 2.630 metros, mientras que el cerro de Monserrate está 3.190 metros y el de Guadalupe a 3.316 metros[38].

Ilustración 5: división política de Bogotá por localidades[39]

[38] UNIVERSIDAD DISTRIATAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS Disponible en: https://www1.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/

[39] Disponible en: http://somoscundinamarca.weebly.com/uploads/8/7/3/1/8731317/513338979.jpg

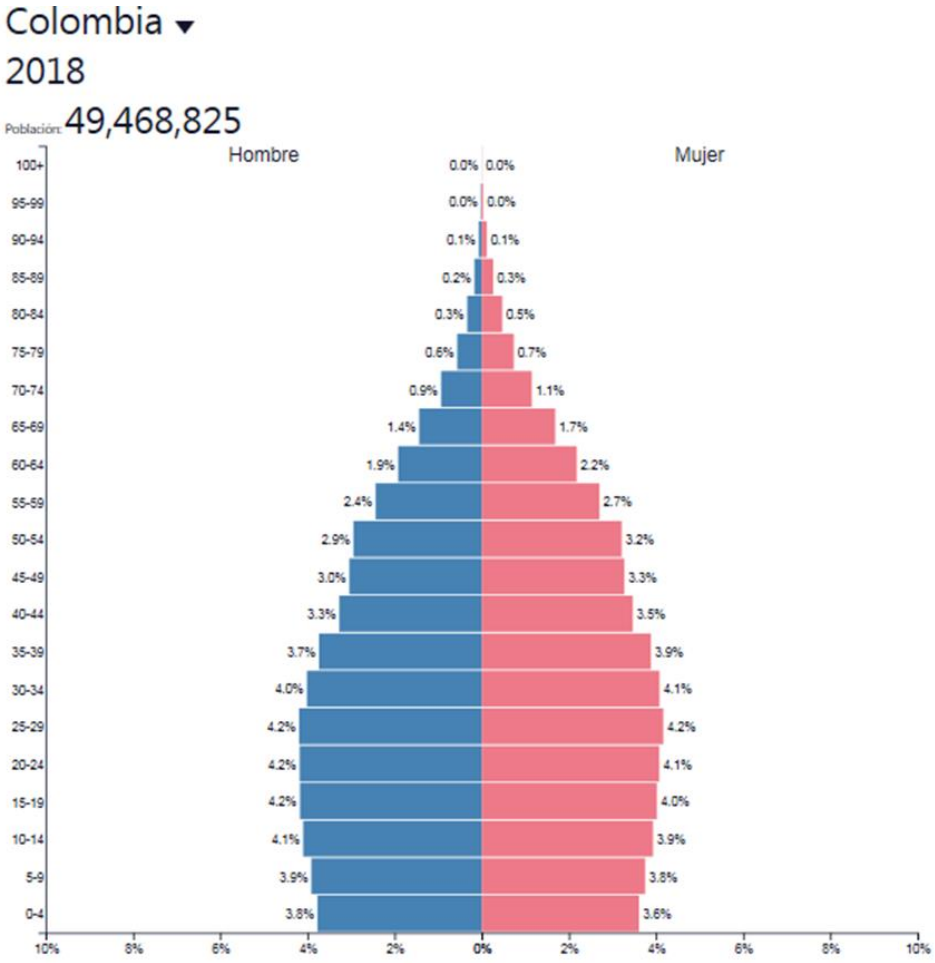
Ilustración 6: división política de Bogotá



Según cifras del DANE, en el año 2010 Bogotá contaba con una población de 7 363 782 habitantes, con proyección en el 2017 de 8 080 734 habitantes, 3 que alcanzan en su área metropolitana los 9 285 331 habitantes.70 Tiene una densidad poblacional aproximada de 16 470 habitantes por kilómetro cuadrado.71 El 47,8 % de la población son hombres y el 52,2 % mujeres. La ciudad cuenta con la tasa de analfabetismo más baja del país con 3,4 % en la población mayor de 5 años de edad.

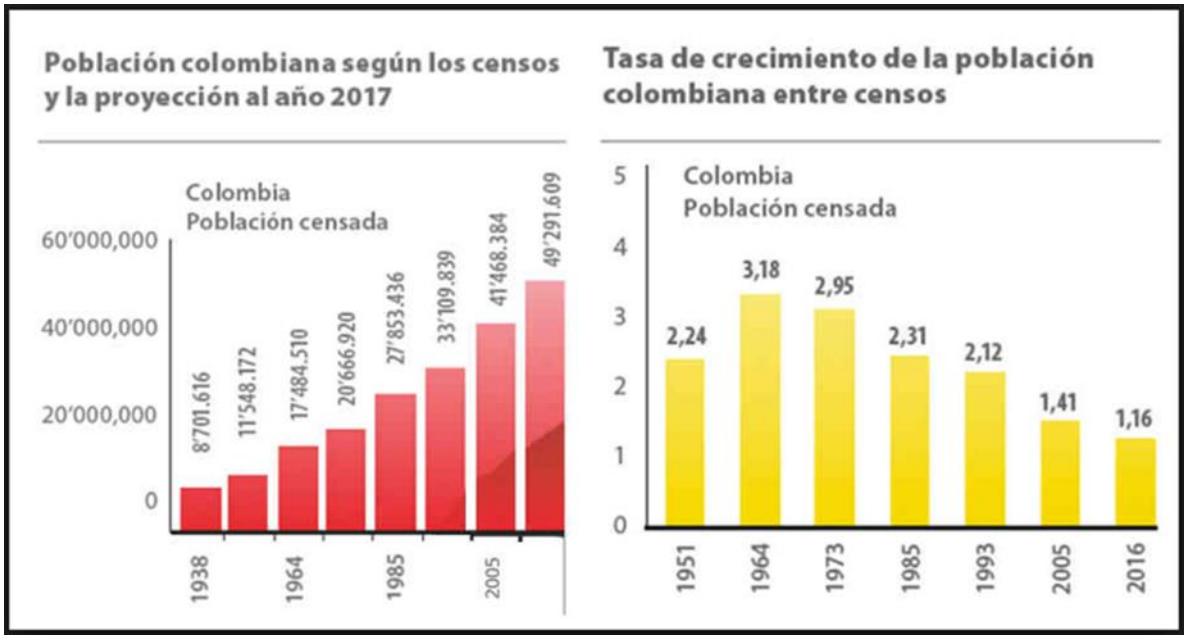
Es la mayor aglomeración de personas del país, superando por más del 21 % a la segunda a nivel nacional: todo el departamento de Antioquia incluida su capital (6 065 846 hab).

Grafico 2: grafico poblacional de hombres y mujeres



Fuente: DANE

Grafico 3: proyección de población 2017



Fuente: revista dinero

Si bien lo esperado para Bogotá es que su población crezca año tras año, también se espera que la magnitud de este incremento anual sea menor cada vez. Según las proyecciones DANE para Bogotá el crecimiento entre los años 2014 y 2015 es del 1,5%, con tendencia al descenso en los años siguientes, lo que puede explicarse por el descenso en la fecundidad en Bogotá[40].

Según las estimaciones de la fecundidad 1985-2005 y las proyecciones 2005-2020 para Bogotá realizadas por el DANE, se espera para el quinquenio 2005-2010 una Tasa Global de Fecundidad(TGF) de 1,93; para el 2010-2015, una tasa de 1,91, y para el 2015-2020, de 1,90. Sin embargo, al consultar las estadísticas vitales se

[40] REVISTA DINERO 28 DE SEPTIEMBRE 2018 [En línea] https://www.dinero.com/empresas/articulo/havaianas-casa-pedro-domecq-y-aon-en-actualidad-empresarial/263147

observa que la TGF ha sufrido un descenso mayor al esperado, llegando a cifras de 1,66 en el año 2011 y de 1,63 en 2012, lo que respalda la afirmación del descenso en la fecundidad.

8.1.2 Factores económicos

El año 2017 puede calificarse como un año de alta incertidumbre económica y política, volatilidad en los mercados y bajos crecimientos. Estas características se dieron, tanto a nivel internacional como en el plano interno. Estados Unidos ha logrado mantener un proceso de recuperación que le ha permitido implementar políticas monetarias menos expansivas. En efecto, la FED ha aumentado sus tasas de interés y se prevé incrementos adicionales en 2018. Lo anterior, posiblemente se traducirá, en un mayor flujo de recursos de inversión hacia ese país.

En la Unión Europea ya podemos hablar de un nuevo escenario donde el tema no son las crisis en países como Grecia, Portugal o España, sino que estamos en una coyuntura de leve recuperación liderada por las exportaciones. Por su parte, en China si bien este país no logra los crecimientos de años anteriores, se acerca a una tasa del 7%, manteniendo su posición como una de las economías de mayor crecimiento a nivel internacional[41].

Y, en América Latina encontramos una región con grandes contrastes. De un lado están los países de la Alianza del Pacífico, donde se viene consolidando una política económica y comercial, atractiva para inversionistas nacionales y extranjeros. En el año 2017, sin embargo, tres de estos cuatro países registraron menores tasas de crecimiento. En México, por lo contrario, se observó un mejor desempeño frente al esperado.

[41] Disponible en: http:
http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIBalance2017Perspectivas%202018_636529234323436831.pdf

Para Argentina y Brasil, el 2017 fue un año donde estos países lograron salir de la situación recesiva y entrar en terreno positivo. Argentina viene adoptando una serie de reformas económicas que se han traducido en una política económica más sostenible que les ha permitido moderar las presiones inflacionarias. En el caso de Brasil, encontramos una economía con mejor desempeño económico, una oferta productiva más dinámica, una mayor confianza de los inversionistas y un crecimiento que aún no alcanza el 1%[42].

Y finalmente está el caso de Venezuela, país que, en lugar de recuperarse, por lo contrario, se deteriora cada vez más. En esta nación encontramos graves problemas de abastecimiento de productos, una inflación desbordada, un mercado cambiario distorsionado, un aparato productivo cada vez más pequeño, des acumulación de reservas y un déficit fiscal creciente. A lo anterior se suman graves problemas sociales y políticos que se han traducido en una masiva migración de venezolanos a otros países[43].

En Colombia, al terminar el 2017 podemos calificar este año como un año difícil donde confluyen aspectos desfavorables y factores positivos. Entre los factores desfavorables están los siguientes: Un ambiente de incertidumbre nacional e internacional, que incluye tanto lo económico como lo político. Un segundo factor ha sido el bajo crecimiento. Por último, la difícil situación fiscal también impactó la economía colombiana.

De otro lado, entre los aspectos positivos encontramos que Colombia sigue siendo una de las economías promisorias de la región. Como anotábamos en el libro "Estrategia para una nueva industrialización II", tenemos oportunidades en agroindustria, crecimiento verde, transformación digital, infraestructura y logística y encadenamientos, entre otros. Lo importante es generar las condiciones para que estas oportunidades se conviertan en realidades.

---

[42] Disponible en: http:
http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIBalance2017Perspectivas%202018_636529234323436831.pdf
[43] Disponible en: http:
http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIBalance2017Perspectivas%202018_636529234323436831.pdf

En lo macroeconómico, nuestros indicadores están en los niveles internacionales: la inflación ligeramente por encima del 4% y el próximo año posiblemente estará en el rango meta del Banco de la República; los intereses se han moderado y la volatilidad de la tasa de cambio se ha reducido.

En este difícil contexto, Colombia, luego de un primer semestre donde la economía apenas creció 1.2%, se logró una tasa del 2% para el tercer trimestre. Sin embargo, este resultado fue inferior a lo esperado y no cumplió las expectativas de los agentes económicos. En estas condiciones esperamos un crecimiento para el año completo del 1.7%.

A pesar de estas dificultades, Colombia termina el 2017 con algunos indicadores que reflejan la solidez de esta economía: mantuvimos una tasa de desempleo de un dígito; logramos estabilizar el entorno macroeconómico; disminuimos el déficit en cuenta corriente de más de 6% en 2015 a cerca de 3,5% al finalizar el 2017; y se redujo ligeramente el déficit fiscal. Todo esto se ha reflejado en la percepción que las calificadoras de riesgo tienen del país y es por ello que conservamos el grado de inversión, aunque el Down grade de S&P es una señal de alerta en lo fiscal y en materia de crecimiento.

Luego de la negociación del proceso de la paz, otro tema de discusión en el 2017 fue la implementación de los acuerdos. Este ha sido un gran reto que el país aún está desarrollado y continuará como parte de la agenda en el 2018[44].

El 2018 traerá grandes desafíos. Será un año electoral, donde esperamos que los candidatos desarrollen una discusión seria y profunda sobre los grandes temas económicos y sociales que son fundamentales para el país. Una estrategia clara que vuelva a posicionar al país en una senda de crecimiento alto y sostenido debe.

[44] Disponible en: https://www.elespectador.com/economia/economia-en-2018-crecera-entre-22-y-24-andi-articulo-730788

De acuerdo con los resultados definitivos de la Encuesta Anual Manufacturera de 2016, los 8.466 establecimientos industriales de los que se obtuvo información ocuparon un total de 726.261 personas, de las cuales 585.007 fueron contratadas directamente por las industrias (424.054 permanentes y 160.953 temporales directos), 116.642 a través de agencias especializadas en servicios de suministro de personal; 21.810 aprendices y 2.802 propietarios, socios y familiares. Por otra parte, estos establecimientos registraron una producción bruta de $243,5 billones, un consumo intermedio de $155,1 billones y un valor agregado de $88,4 billones[45].

Tabla 14: indicadores de competitividad reporte global

COLOMBIA: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD FEM
Reporte Global de Competitividad

INDICADOR	Reporte 2016-2017	Reporte 2017-2018	Cambio
Número de Países	138 países	137 países	-1
Indicador General	61	66	-5
Requisitos Básicos	85	90	-5
Instituciones	112	117	-5
Infraestructura	84	87	-3
Entorno macroeconómico	53	62	-9
Salud y Educación primaria	90	88	2
Potenciadores de Eficiencia	48	54	-6
Educación superior y Capacitación	70	66	4
Eficiencia del mercado de bienes	100	102	-2
Eficiencia del mercado laboral	81	88	-7
Desarrollo del mercado financiero	25	27	-2
Preparación tecnológica	64	65	-1
Tamaño del mercado	35	37	-2
Factores de Innovación y sofisticación	63	64	-1
Sofisticación de los negocios	59	64	-5
Innovación	79	73	6

Fuente: Foro Económico Mundial

Tabla 15: indicadores económicos Doing busines

[45] Disponible en: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-anual-manufacturera-enam

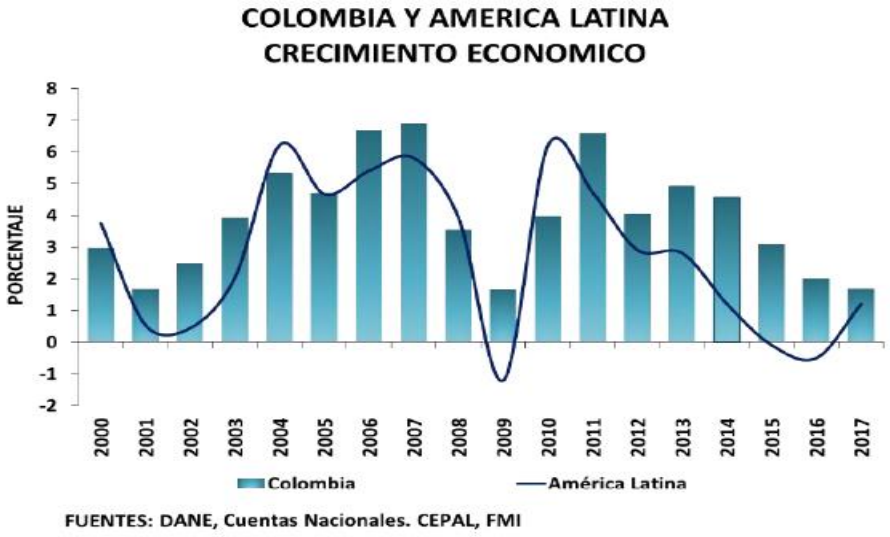
COLOMBIA: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DOING BUSINESS 2017

CLASIFICACIÓN

INDICADOR	2017	2018	Cambio 2017/2018
Ranking General	**53**	**59**	**-6**
Apertura de un negocio	61	96	-35
Manejo de permisos de construcción	34	81	-47
Obtención de electricidad	74	81	-7
Registro de propiedades	53	60	-7
Obtención de crédito	2	2	0
Protección de los inversores	13	16	-3
Pago de impuestos	139	142	-3
Comercio transfronterizo	121	125	-4
Cumplimiento de contratos	174	177	-3
Resolución de la insolvencia	33	33	0

Fuente: Doing Business 2018. Banco mundial

Grafico 4: crecimiento económico de Colombia y América latina



FUENTES: DANE, Cuentas Nacionales. CEPAL, FMI

La producción se ralentizaría de un modo leve en los sectores agropecuario y de servicios, se sostendría a un ritmo similar en el financiero y repuntaría en los demás. El sector minero y de hidrocarburos tendería a estabilizarse a unas bajas tasas de expansión, gracias a los mayores precios internacionales de sus productos, que estimularían la inversión. A pesar de una desaceleración moderada en la refinación de hidrocarburos, la industria emergería de la recesión con base en un repunte del resto de sus ramas. Algo similar acontecería con la construcción, que se aceleraría en las obras civiles, gracias a la aprobación de la ley de contratación pública, que ayudaría a disipar la incertidumbre de los inversionistas y la banca sobre la solución de los incidentes de corrupción, con lo cual se dinamizaría el cronograma de las obras y los cierres financieros del sector. La mayor demanda estimularía el comercio, el hotelería, el transporte y los servicios públicos, que tendrían una actividad más ágil[46].

Tabla 16: variación de exportaciones

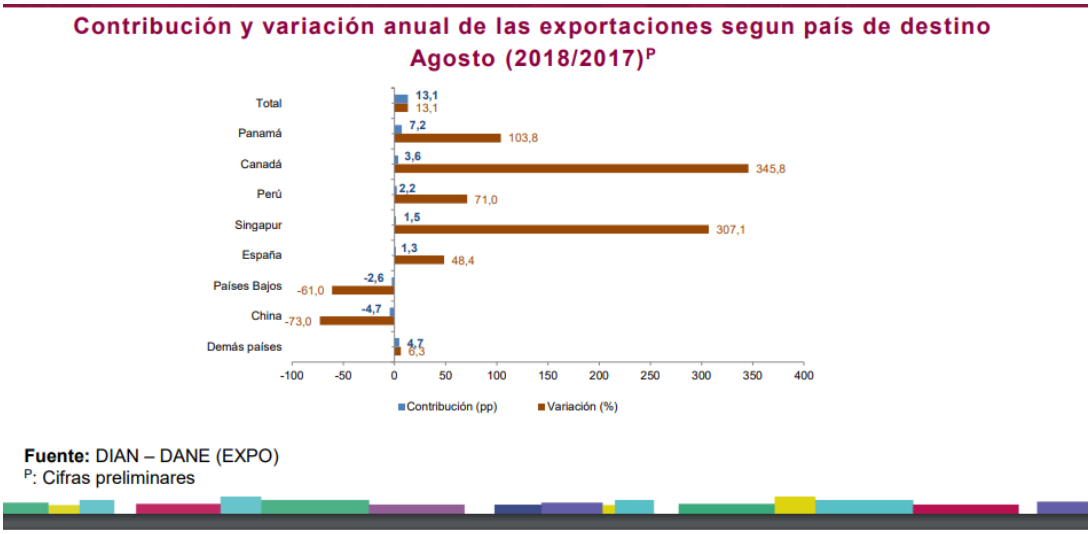
Variación anual de las exportaciones
Agosto (2018/2017)ᵖ

Grupos de productos (OMC)	Agosto				
	2017	2018	Var (%)	Cont. (pp)	Part (%)
	Millones de dólares FOB				
Total	**3.191,6**	**3.611,2**	**13,1**		**100,0**
Agropecuarios, alimentos y bebidas	630,0	628,9	-0,2	0,0	17,4
Combustibles y prod. de las industrias extractivas	1.695,0	2.118,5	25,0	13,3	58,7
Manufacturas	732,9	730,2	-0,4	-0,1	20,2
Otros sectores	133,7	133,6	0,0	0,0	3,7

Fuente: DIAN – DANE (EXPO)
ᵖ: Cifras preliminares

Grafico 5: exportaciones de Colombia

[46] disponible en: https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/senales-de-recuperacion-economica-colombia-2018/254812



Fuente: DIAN – DANE (EXPO)
P: Cifras preliminares

CRECIMIENTO DEL PIB

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), durante el 2017 el Producto Interno Bruto del país fue de 1,8%, impulsado especialmente por los sectores agropecuarios y de servicios financieros.

La entidad reveló que solo en el último trimestre del año, el país obtuvo un PIB de 1,6%, mientras que en los tres trimestres anteriores había registrado un crecimiento de 1,5%, 1,7% y 2,2% por orden cronológico y todos con revisiones al alza desde la anterior publicación de resultados del PIB que se había dado en noviembre del 2017.

El Dane explicó que, durante el último trimestre del año, y tal como había advertido el equipo técnico del Banco de la República, el desempeño de la economía nacional sufrió una nueva desaceleración con respecto al periodo anterior, lo que llevó a una disminución del mismo de 60 puntos básicos con respecto al resultado del tercer trimestre y consolidando el cuarto año de ajuste económico del país.

El director del Dane, Mauricio Perfetti, explicó que los sectores que más dinamizaron el PIB en el último trimestre del año fueron servicios sociales, comunales y personales con 3,7%, establecimientos financieros y seguros con 3,4% y suministro de electricidad, gas y agua con 2,3%[47].

Perfetti agregó que "el comportamiento de Servicios sociales, comunales y personales se explica por la variación positiva de los servicios de administración pública y defensa con 4,6% y servicios sociales y de salud de mercado con 3,6%".

En el acumulado anual, los sectores de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con 4,9% y establecimientos financieros y seguros con 3,8%.

Por el contrario, aquellos de mayor contracción fueron explotación de minas y canteras con -3,6% e industria manufacturera con -1%.

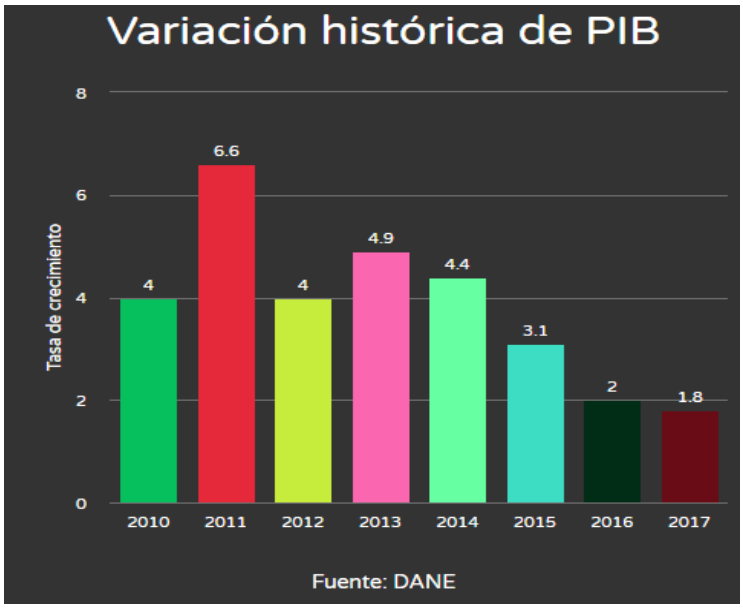
La encuesta de analistas del Banco de la República para enero de este año reveló que el mercado esperaba un PIB de 1,9% para el cuarto trimestre del año en promedio y de 1,6% como acumulado anual.

El mismo equipo técnico del Emisor tenía un pronóstico con un rango entre 1,4% y 1,8% que redujo durante el año, dada la materialización de algunos riesgos a la baja para el crecimiento del país y pese a las disminuciones de tasas de interés que se dieron a lo largo del año para estimular el consumo interno[48].

[47]Disponible en: https://www.dane.gov.co/index.php/component/search/?searchword=INCREMENTO%20DEL%20PIB%202017&ordering=newest&searchphrase=all&limit=20

[48]REVISTA DINERO (15 DE FEBRERO 2018) [En línea] https://www.dinero.com/economia/articulo/pib-colombia-2017/255503

Grafico 6: variación del PIB



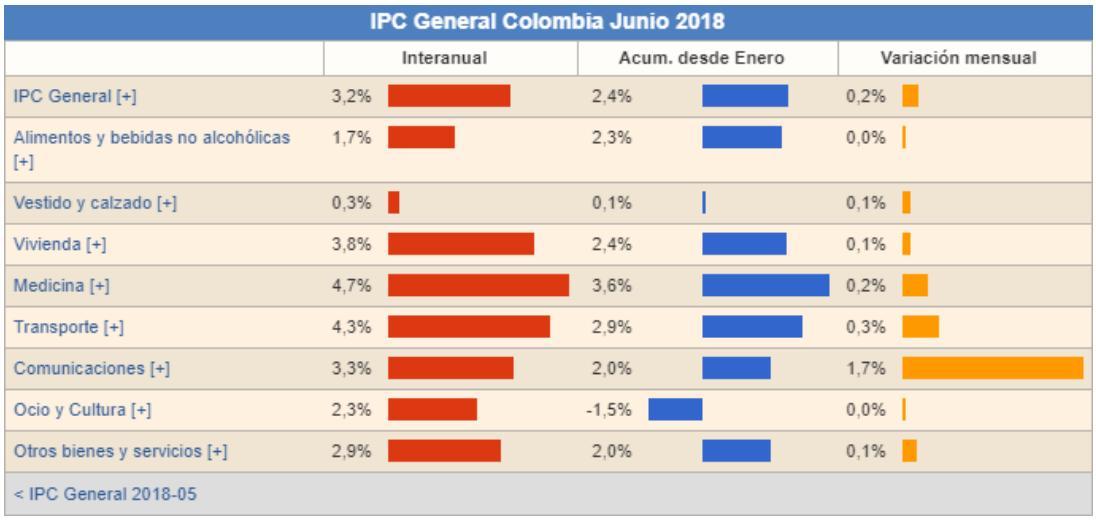
INFLACION

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) presentó una variación de 3,10% en los últimos 12 meses frente al mismo periodo del año anterior que fue de 3,87%. Según el director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), Juan Daniel Oviedo Arango, es la inflación más baja registrada desde mediados de 2014.

En este periodo, alimentos, vivienda, vestuario, salud, educación, diversión, comunicaciones y otros gastos registraron una variación anual menor que la presentada en el mismo mes del año pasado. El rubro que más subió fue educación con 6,38%, debido a un aumento en los precios en el segmento de instrucción y enseñanza y de los artículos escolares.[49]

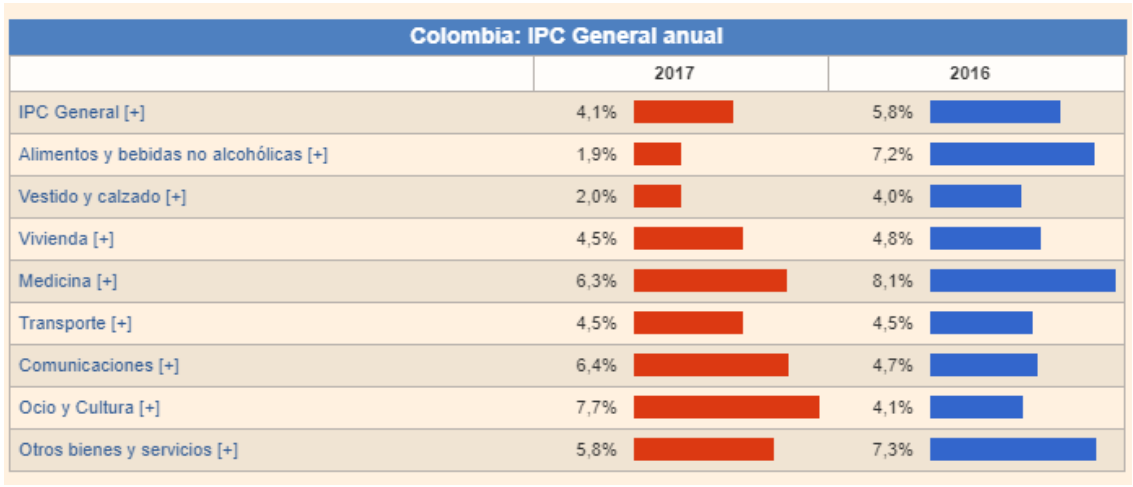
[49] REVISTA DINERO (9 de mayo de 2018) [en línea] https://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-de-colombia-en-agosto-2018/261701

Grafico 7: IPC general de Colombia 2018



IPC General Colombia Junio 2018			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	3,2%	2,4%	0,2%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	1,7%	2,3%	0,0%
Vestido y calzado [+]	0,3%	0,1%	0,1%
Vivienda [+]	3,8%	2,4%	0,1%
Medicina [+]	4,7%	3,6%	0,2%
Transporte [+]	4,3%	2,9%	0,3%
Comunicaciones [+]	3,3%	2,0%	1,7%
Ocio y Cultura [+]	2,3%	-1,5%	0,0%
Otros bienes y servicios [+]	2,9%	2,0%	0,1%
< IPC General 2018-05			

Grafico 8: IPC general anual



Colombia: IPC General anual		
	2017	2016
IPC General [+]	4,1%	5,8%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	1,9%	7,2%
Vestido y calzado [+]	2,0%	4,0%
Vivienda [+]	4,5%	4,8%
Medicina [+]	6,3%	8,1%
Transporte [+]	4,5%	4,5%
Comunicaciones [+]	6,4%	4,7%
Ocio y Cultura [+]	7,7%	4,1%
Otros bienes y servicios [+]	5,8%	7,3%

FUENTE: datos macro

CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA

En una perspectiva de mediano plazo, la construcción ha sido una de las actividades productivas más dinámicas al registrar un crecimiento promedio de 7.2%, entre el 2000-2016, frente a un 4% registrado en el PIB total, lo que se ha

traducido en un aumento de su participación en la economía pasando de representar 4.4% en el año 2000 a 7.4% en el 2016[50].

Sin embargo, este comportamiento no es homogéneo, ya que se registra un crecimiento acelerado en los primeros 10 años y en los años más recientes se evidencia una desaceleración. Es así como el sector, pasó de un crecimiento promedio de 9% entre 2011 – 2014 a una tasa de 3.9% entre 2015 -2016. Se esperaba que continuara con un buen dinamismo vía obras civiles, pero se presentó un retraso en la ejecución del Programa 4G, por temas financieros y de trámites de pre construcción[51].

Para los primeros nueve meses del 2017, el sector de la construcción se contrae a una tasa de -0.9%. El bajo desempeño del sector se explica por la fuerte disminución de la actividad de edificaciones (-10,3% frente a 8.0% del 2016 en el mismo periodo). Por lo contrario, en obras civiles se observa una recuperación[52].

Otras variables de sostenibilidad para el sector son las exportaciones e importaciones, ya que gran parte de materia prima es traída del extranjero y parte del producto terminado es exportado, Según el DANE, el sector manufacturero registro una variación de 0,8% de sus importaciones en enero de 2017 al pasar de US$2.677,6 millones CIF en enero de 2016 a US$2.700,3 millones CIF en enero de 2017, las mayores contribuciones a este resultado las realizaron las compras de vehículos de carretera con 9,8% y productos medicinales y farmacéutico con 12,1%,. el grupo de los químicos ha presentado una disminución en cuanto a importaciones evidenciado en el informe presentado por el DANE para Junio de 2015 donde tuvo un mínimo aumento a 0,5%, causa directa de un dólar fortificado y con tendencia a la alta, siendo esta una oportunidad para el sector de generar impacto en mercados nacionales e

[50] REVISTA DINERO (19 de enero de 2018) [en línea] https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/los-retos-de-crecimiento-de-la-economia-colombiana-en-2017/241063
[51] CONGRESO DE LA REPUBLICA (2010) Informe de la junta directiva [en línea] http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijd_mar_2010.pdf
[52] BANGUAT (2016) [en línea] https://www.banguat.gob.gt/Publica/Comunica/eva_pol_mon_nov2016.pdf

internacionales aumentando la productividad y ventas nacionales, para febrero de 2017 las exportaciones de manufacturas presentaron una variación de -10,2% al pasar de US$582,8 millones FOB en el mes de febrero de 2016 a US$523,2 millones FOB en el mismo mes de 20176 Lo anterior se explica por la caída en Ventas externas, para el grupo de los químicos las exportaciones mantuvieron un crecimiento y estabilidad manifestando un 4,8% para el mes de Junio de 2015, y aunque tales presentan una situación cambiante con proyecciones a la baja están presionadas por la tasa de cambio (TRM) y aunque las exportaciones Colombianas en el sector no han aumentado de una manera extraordinaria, si se ha evidenciado su crecimiento y constancia, tal evento se le culpa especialmente al plástico cuya demanda principalmente radicaba en Venezuela y Brasil, los cuales han sufrido debilidades económicas, resaltando una Venezuela frágil políticamente y cambiante ante sus actitudes internacionales si nos enfocamos en la industria de recubrimientos de tal sub-grupo de “otros químicos” (CIIU) sus principales destinos de exportación para los productos de la cadena productiva según orden de importancia fueron Venezuela, Estados Unidos, Ecuador y Costa Rica donde el 42% de las exportaciones de pinturas fueron dirigidas a Venezuela.

Debido a lo anterior y a comportamientos críticos de otros factores, la balanza comercial del estado colombiano registro un déficit para el 2015, 2016 y hasta en un proyectado del 2017 de -15.907, -11.776 y -754 respectivamente.8, con una proyección positiva y un predominio a tener a esta en unos años en superávit, meta por la cual luchan las organizaciones nacionales.

Vale la pena resaltar la viabilidad del sector manufacturero por los cambios presentados en la TRM la cual para el 7 de abril de 2017 quedo en $2.853,10, disminuyendo de un dólar fortalecido, como el del 8 de abril de 2016 que estaba en $3.109.60, generando una disminución anual considerable, viable para aquellas

organizaciones del sector que importan mientras afecta a aquellos empresarios que exportan[53].

Siendo el sector manufacturero una sección constante en su crecimiento vale la pena observar su participación y apoyo a la disminución de la tasa de desempleo, según el ministerio de trabajo por medio de Filco (su fuente de información al público) expone que los ocupados aumentaron para el mes de enero de 2017 en un promedio de 89.000 personas con una tasa de 11,7%, disminuyendo la tasa de desempleo en un 0,2% en comparación del mismo mes del año inmediatamente anterior, resaltando a el sector manufacturero cuyo crecimiento de ocupación subió en 3,8% , de la cual según el DANE según su tipo de contratación se clasifican es el 57,8% es personal permanente, el 22,2% personal directo, 16,7% temporales por agencias especializadas, 2,4% aprendices y 0,4% propietarios socios y familiares, siendo entonces el sector manufacturero, un sector fuerte en participación de generación de empleo formal, permanente y directo[54].

Concurriendo con la importancia de que el sector manufacturero y todos aquello que lo componen las de interés han tenido un aumento especifico, para la tasa de intervención subió del 6,50% vr anual 2016 al 7% vr anual de 2017 marzo 27 y la tasa DTF aumento de 6,47% 2016, al 6,49% para el año 2017 de abril del 07.

A pesar que el grupo de los químicos del sector manufacturero, genera empleo y diversos beneficios no solo privados si no estatales, es un mercado muy competitivo y aún más enfocándonos a la industria Colombia de recubrimientos, donde a pesar de ser un mercado con un enfoque más doméstico, hay que tratar de ciertos químicos que requieren un manipulación especial para la fabricación de tales recubrimientos, hoy en día no existe un control suficiente hacia las fabricas pequeñas, de barrio o de sectores poco supervisados, donde optan por fabricar

[53] BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA (2016) [en línea] http://www.banrep.gov.co/es/node/40996

[54] Disponible en: http://filco.mintrabajo.gov.co/FILCO/faces/estadisticas.jsf;jsessionid=3BV51Zc2pvFhzUJvtK26cr7QcoQHs_odCWFV23TLJ3xkgf6u342E!-1474224744

mercancías baratas sin cumplir normatividad o reglamentos establecidos, generando en el mercado una saturación y guerra de precios de venta, siendo la oferta y la demanda quien imponga el precio o el competidor con mayor capacidad instalada. En Colombia la industria manufacturera de recubrimientos factura al año más de un billón de pesos con un promedio de ventas de 30 millones de galones anuales. Aun así, el sector industrial colombiano según informe del DANE (2015) registro una producción bruta 226,2 billones de pesos con una variación de 6,4%, un consumo intermedio d 140,5 billones de pesos con una variación de 4,5% y un valor agregado de 85,7 billones de pesos con variación de 9,5%, cifras que demuestran un crecimiento leve pero constante en el sector.

En el primer trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 1,1% en todas las ramas de la actividad económica a nivel nacional, el sector industria manufacturera creció un 0,3% y el subsector de fabricación de sustancias y productos químicos tuvo una variación anual de 2,6% siendo parte importante del crecimiento general del PIB.

El comportamiento general de las Exportaciones en Colombia para el periodo de marzo 2017 estuvo en 3.209,6 millones de dólares con una variación del 37,9% con respecto al año inmediatamente anterior.

El comportamiento de las importaciones para todos los sectores en el perdido de marzo 2017 estuvo en 4,123.2 millones de dólares con una variación del 14,08%, para el sector de manufactura cuya participación fue del 75,1% sobre el total de las importaciones, con 3.101,5 millones de dólares, y una variación anual del 17,9%, quedando en la balanza de pago en un déficit en la balanza de pagos por 913,5 millones de dólares[55]

[55] REVISTA DINERO (2015). Industria química, una luz en medio del gris panorama industrial. http://www.dinero.com/economia/articulo/industria-quimica-colombia/214471

8.1.3 Factores político legales

Factor político social

Según la ley de desarrollo territorial 388 de 1997 establece que los municipios y Distritos deben realizar planes de ordenamiento territorial, de la cual a Bogotá Cundinamarca le corresponde la elaboración de un plan básico de ordenamiento territorial PBOT, donde según este expone el PBOT de Bogotá Cundinamarca se enfocara y priorizara en diferentes dimensiones, tales como:

1. Infraestructura vial y de transporte
2. Manejo de recursos hídricos
3. Vivienda de interés social
4. Servicios públicos
5. Equipamientos

Teniendo según el documento diferentes estrategias para el mismo entre las cuales esta crear planes viales jerarquizados, permitir la implantación de la industria no contaminante en el área industrial urbano con el ánimo de impulsar el desarrollo, implementar programas de mejora de infraestructura estatal, equipamiento y servicios públicos a veredas del municipio, y generación de comunicación vial por diferentes corredores, optando como política dejar la industria contaminante y de cierta manera categorizada como gran productora o manufacturera industrial en los límites del área urbana garantizando los servicios públicos y asistencias cuando sea necesario, teniendo en cuenta que Bogotá Cundinamarca actualmente no cuenta con un servicio de comunicación efectivo al 100% en su zona rural, siendo tal una dificultad para el sector industrial, exponiendo también grandes ventajas el pertenecer a esta área tal como lo plasma el plan de desarrollo de Bogotá Cundinamarca (2016) que tiene consigo el plan de memorias de participación ciudadana, diagnostico general, plan para la

niñez y la adolescencia, plan de salud territorial y política de víctimas entre otros, seguro mejorara y elevara las condiciones de habitabilidad e industrialización, abriendo puertas al desarrollo al bilingüismo y al avance continuo de un municipio creciente económicamente y con proyección al progreso[56]. Para este plan de desarrollo se tiene como programas eje:

1. Habilitación de suelo para la construcción de VIS, para atender el déficit generado en el país con el acelerado crecimiento de la población urbana

2. Incorporación de la Gestión del riesgo en los POT para disminuir la vulnerabilidad fiscal de las entidades territoriales frente a la ocurrencia de desastres

3. Construcción de determinantes de ordenamiento territorial, para promover la implementación de estrategias de desarrollo regional que fortalezcan la descentralización (Armonización de POT).

4. Implementación de instrumentos para promover la oferta de suelo para VIS, para promover la utilización de los instrumentos de gestión y financiación de la Ley 388 de 1997, que permitan soportar el desarrollo de proyectos urbanos.

5. Incorporación de la variable poblacional en la planeación del Desarrollo, para garantizar que las decisiones relacionadas con el ordenamiento del territorio, se tomen teniendo en cuenta las dinámicas demográficas y poblacionales que se han venido presentando en el tiempo[57].

Cabe resaltar que a pesar que Bogotá por ser el Distrito capital genera la mayor participación en establecimientos del sector manufacturero con un 38% otras

[56]DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION (2014-2018) Disponible en: https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Plan%20de%20Acci%C3%B3n/PLAN%20NACIONAL%20DE%20DESARROLLO%202014%20-%202018%20TODOS%20POR%20UN%20NUEVO%20PAIS.pdf

[57] DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION (2014-2018) Disponible en: https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Plan%20de%20Acci%C3%B3n/PLAN%20NACIONAL%20DE%20DESARROLLO%202014%20-%202018%20TODOS%20POR%20UN%20NUEVO%20PAIS.pdf

zonas geográficas también tienen una participación significativa, como es el caso de Medellín con 20,9%, Cali 11,9%, Barranquilla 5,8%, Pereira 2,8%, Bucaramanga 2%, Manizales 2%, Cartagena 1,8%, Cúcuta 0,6% y el resto de ciudades del estado colombiano tienen una participación del 14,6%.

Colombia se proyecta con inversión estatal vial, infraestructura, entre otras con el fin de crear una mayor conexión entre todas zonas colombianas, generando inversión no solo local si no internacional, este es el caso al Plan de Infraestructura Nacional POST-4G creado por el presidente Colombiano Juan Manuel Santos para mejorar en la conexión entre ciudades puertos y fronteras con el objeto que los productores rurales e industriales lleguen con mucha más facilidad a los mercados internacionales, plan que lleva consigo una inversión 50 billones de pesos priorizando más de 65 proyectos iniciales con proyección a potenciar la competitividad colombiana en pro de todos los sectores económicos, generando un cuantioso beneficio al sector manufacturero cuya base está en la mayoría de fabricantes en las exportaciones e importaciones, lo cual con la implementación y terminación de POST-4G sus costos disminuyan, aumento su margen beneficios reflejando así una mejor competitiva nacional[58].

Factor político legal

El sector industrial es un sector reglamentado por nomas generales aplicadas a toda la industria tal como lo plasma la Superintendencia de Industria y Comercio cuya normatividad es amplia por lo cual se expondrán de una forma más genérica

[58] PRESIDENCIA DE LA RE´PUBLICA. (2016) Comunicado de prensa nuevo plan de infraestructura en Colombia http://es.presidencia.gov.co/noticia/161125-Presidente-Santos-proyecta-nuevo-plan-de-Infraestructura-para-Colombia

Normas supranacionales:

- PCT: Propiedad Industrial, Tratado de cooperación en materia de patentes (Su traducción oficial en español se encuentra en proceso por parte de la OMPI) ABRIL 2012
- Decisión 689: Propiedad Industrial, Normas de adecuación de determinados artículos de la Decisión 486 – Régimen Común sobre Propiedad Industrial, para permitir el desarrollo y profundización de Derechos de Propiedad Industrial a través de la normativa interna de los Países Miembros MARZO 2008
- Arreglo de Estrasburgo: Propiedad Industrial, Clasificación internacional de patentes, sexta edición DIC 1994
- Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena: Normas Técnicas, Sistema Andino de Normalización, Acreditación, Ensayos, Certificación Reglamentos Técnicos y Metrológicos MAYO 1994
- OMD: Normas Técnicas, Propiedad Industrial, Prácticas Comerciales Restrictivas, Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio ABRIL 1994
- DECISIÓN 291: Propiedad Industrial, Reformas al régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías. MAR 1991
- ACUERDO G-3: Normas Técnicas, Términos presentados en la sexta edición de la Guía ISO/IEC 2:1991, «Términos Generales y sus Definiciones en Relación a la Normalización y Actividades Conexas», (art. 14) FEB 1991[59]

[59] PRESIDENCIA DE LA RE´PUBLICA. (2016) Comunicado de prensa nuevo plan de infraestructura en Colombia http://es.presidencia.gov.co/noticia/161125-Presidente-Santos-proyecta-nuevo-plan-de-Infraestructura-para-Colombia

Leyes

- Ley 1676: Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias. AGO 2013
- Ley 1648: Por la cual se establecen medidas de observancia a los Derechos de Propiedad Industrial. JUL 2013
- Ley 1455: Por medio de la cual se aprueba el protocolo concerniente al arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989, modificado el 3 de octubre de 2006 y el 12 de noviembre de 2007 Nota: Este Tratado se encuentra en Revisión Constitucional. JUN 211
- Ley 1343: Por medio de la cual se aprueba el Tratado sobre el Derecho de Marcas y su Reglamento, adoptados el 27 de octubre de 1994s disposiciones. JUL 2009
- Ley 822: Por la cual se dictan normas relacionadas con los agroquímicos genéricos.
- Ley 740: por medio de la cual se aprueba el Protocolo de Cartagena sobre seguridad de la Biotecnología del Convenio sobre la Diversidad Biológica, hecho en Montreal, el veintinueve (29) de enero de dos mil (2000)
- Ley 463: Por medio de la cual se aprueba el Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT),
- Ley 178: Por medio de la cual se aprueba el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial
- Ley 170: Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio. DIC 1994
- Ley 172: Por medio de la cual se aprueba el Tratado de Libre Comercio entre los Gobiernos de estados Unidos mexicanos, la República de

Colombia y la República de Venezuela, suscrito en Cartagena de Indias el 13 de junio de 1994. JUL 1994[60]

Decretos:

- Decreto 537: Por el cual se reglamenta la Ley 1493 de 2011, se modifica el Decreto 1080 de 2015 único reglamentario del sector cultura y el Decreto 1625 de 2016 único reglamentario en materia tributaria
- Decreto 1636: Por el cual se implementan compromisos de acceso a los mercados adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, firmado en Bruselas, el 26 de junio de 2012. JUL 2013
- Para el sector industrial la reforma tributaria colombiana que empezó a regir en su totalidad el 1 de febrero de 2017, generando un impacto inflacionario en todos sus procesos productivos, desde la compra de materias primas hasta el producto final, generando no solo un alza del IVA del 16% al 19% si no un alza genérica afectando todos los procesos reflejados en precio de venta final[61].

Para el sector industrial la reforma tributaria colombiana que empezó a regir en su totalidad el 1 de febrero de 2017, generando un impacto inflacionario en todos sus procesos productivos, desde la compra de materias primas hasta el producto final, generando no solo un alza del IVA del 16% al 19% si no un alza genérica afectando todos los procesos reflejados en precio de venta final.

[60] SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO disponible en: http://www.sic.gov.co/repositorio-de-normatividad?field_tipo_de_norma_value=1&field_tema_general_tid=5&field_anos_value=2017&title

[61] SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO disponible en: http://www.sic.gov.co/decretos-lista?field_tipo_de_norma_value=2 www.sic.gov.co/

8.1.4 Factores socio – culturales

La utilización del espacio libre para los jóvenes a de la cultura con escuelas de danza, teatro artes plásticas off, ballet, Música escuelas literarias que los jóvenes del municipio ocupan en sus espacios libres evitando la utilización de ese tiempo en cosas que no ayudan a el desarrollo juvenil, adultos mayores y personas en condición de discapacidad del municipio.

Bogotá abre las puertas a la participación, de una sociedad de vanguardia basada en confianza, justicia, honestidad y excelencia en la gestión protagonista con soluciones adecuadas en el aspecto sociocultural del municipio. Desea consolidar una generación a partir de redes de apoyo, protección de su seguridad, integridad y dignidad, fundamentado en organizaciones de base con capacidad de liderazgo y gestión de proyectos comunitarios.

El posconflicto para operar la justicia local, saber resolver sobre el dialogo, la debida oportunidad y el buen procedimiento la justicia alternativa, la justicia en equidad, la justicia comunitaria y la justicia restaurativa. De los cuales llegan los conciliadores en el campo de la equidad.

La identidad y el sentido de pertenencia y cultura de paz de niños, niñas, adolescentes y jóvenes lo que lleva a grandes escenarios de participación ciudadana, la diversidad y la interculturalidad promueve la atención especial a víctimas del conflicto armando y reintegrados.

Los datos recolectados y suministrados por la población víctima del conflicto armado de Bogotá Cundinamarca, cabe resaltar que la población con sisben, según los datos proporcionados de la oficina del SISBEN del municipio, es de 23.171. Se puede observar que el mayor número de hombres víctimas del

conflicto armado se encuentra entre los 27 – 60 años correspondientes a 71 personas, correspondientes a nivel socioeconómico uno[62].

8.1.5 Factores tecnológicos

El uso de la tecnología en las empresas hoy en día es fundamental para lograr tener una estabilidad en el mercado, en la economía de la empresa, en la competitividad y para ser rentables además de que prácticamente sin el uso de estas herramientas los procesos de las organizaciones serían más complejos, costosos con tiempos extensos al momento de la fabricación, comercialización y la entrega final del producto.

El lanzamiento de soluciones más innovadoras y sostenibles contribuye a que los fabricantes de pinturas y revestimientos puedan avanzar en sus formulaciones. Los avances tecnológicos desarrollan, fabrican y comercializan una completa selección de materias primas para aplicaciones de pinturas y revestimientos muy exigentes, como los revestimientos arquitectónicos, automotriz y transporte o industriales.

Combinados en amplios conocimientos y experiencia en la industria con una variada gama de productos de alto rendimiento, entre los que se encuentran pigmentos, preparados de pigmentos, dispersiones, resinas y aditivos. Las soluciones no solo mejoran las propiedades de las superficies, como el aspecto, y hacen posibles excepcionales efectos, sino que también aumentan la resistencia a la corrosión, los arañazos y revestimientos más sostenibles.

La innovación es el objetivo principal, en lo cual las grandes empresas líderes en el mercado mundial como lo son que ocupan los primeros lugares en la revista Forbes[63].

[62] SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACION Disponible en: http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/documentos/Sisben.pdf

Se destacan por el empeño en la constante innovación de generar herramientas de alta calidad, es por esto que continuamente están en la búsqueda de tecnologías que desarrollen elementos con un valor agregado tanto para el cliente como para el ambiente. Uno de los mayores avances tecnológicos está enmarcado en la industria automotriz aplicar las tecnologías en los procesos de producción donde se interactúa con los robots que tienes procesos muy bien establecidos y definidos con los cuales se logra tener mayor rendimiento y rentabilidad y sobre todo con exactitud, como ejemplo les nombre la aplicación de la pintura en las carrocerías que como norma debe de tener un espesor .95 milímetros(casi un milímetro) en conjunto de lámina y pintura, algo que un pintor humano con toda la experiencia (y que su trabajo es muy respetable) no lograría. Los conocimientos técnicos que contribuyen a mejorar la calidad, el aspecto, la resistencia al calor y la durabilidad de todos los revestimientos exteriores e interiores de vehículos. La gama de productos abarca una completa selección de pigmentos orgánicos, inorgánicos y de efectos para obtener atractivos efectos coloristas y de superficie, así como resinas y aditivos especializados para mejorar el rendimiento de los revestimientos.

En las tecnologías de la información y la comunicación-TIC

Las tecnologías de la información y de la comunicación, conocidas como TIC, están impactando en la sociedad de tal forma que se están produciendo cambios trascendentes en las tendencias y formatos que se utilizan en la manera de relacionarse tanto los individuos que la componen entre sí, como éstos con la Industria.

Por lo tanto, esta popularización de tecnologías que antes estaban establecidas a centros de alta investigación o multinacionales, ahora puede ser utilizado por la

[63] NAZIFH, luna. LAS 10 Empresas más innovadoras del mundo. REVISTA FORBES (2015). disponible en: https://www.forbes.com.mx/las-10-empresas-mas-innovadoras-del-mundo-2/

totalidad de la industria para lograr los objetivos fundamentales definidos en su visión y misión.

La utilización de las TIC por parte de la industria se hace una acción inevitable, al afirmarse la tendencia de que los integrantes del mercado del cual se alimenta a utilizarla y es así como que la presencia en Internet ya pasa a ser un trámite más obligatorio en el nacimiento de una empresa y a su vez las nacidas en la etapa anterior a esta revolución la obligación de integrarse a este fenómeno que llegó para quedarse.

La integración a Internet por parte de una industria o empresa, implica la introducción de las TIC en la operativa de la misma, por lo que la contratación de servicios de profesionales en el tema se hace una inversión importante a los efectos de sacar el mayor provecho de las mismas.

Las herramientas están, se trata del desafío de ser creativos y eficientes y utilizarlas de esa forma para que el resultado sea el crecimiento de la industria.

La industria está preparada para la aplicación de las TIC de la mejor forma para conseguir que los adelantos tecnológicos redunden en un fortalecimiento de la industria que los utiliza.

Es así, que el servicio integral, que se compone desde la planificación y proyecto del sito con su diseño más conveniente teniendo en cuenta los aspectos que pueden favorecer una buena aceptación por el usuario, balanceando lo atractivo, lo usable, lo amigable, lo eficiente, pasando por la utilización de técnicas de posicionamiento para mejorar tráfico y buenos números de visitantes, hasta la realización de marketing electrónico que mejoren el número de clientes de la empresa y por ende aumente su facturación, están contemplados por los servicios ofertados por las empresas de este sector[64].

[64] ANIEL.ES. TIC para la industria (2018) [en línea] http://www.aniel.es/tic-para-la-industria/

El marketing digital que permite el estudio de las técnicas y estrategias desarrolladas en Internet para publicitar y vender productos y servicios. Entre los beneficios que obtendrán las empresas que hagan uso de éste permiten alcanzar lo siguiente:

- Mejora el reconocimiento de marca y reputación de su empresa.
- Captación clientes potenciales.
- Fidelización de clientes actuales.
- Aumento de las ventas.
- Al estar bien posicionado en los buscadores, la empresa será considerada como buena opción para su cliente, lo que le permitirá competir de igual a igual con empresas de mayor tamaño.
- Minimiza sus costos, dado, que el costo de la publicidad tradicional es notablemente superior a la inversión en marketing digital[65].

La Internet y las TIC nos ofrece poderosas herramientas para desarrollar estrategias de Marketing empresarial entre las que se destacan:

El sitio Web corporativo, que es considerado como la puerta de entrada de una organización en Internet, si una organización no tiene sitio Web, sus clientes no lo encontrarán cuando lo necesiten. Ahora, un sitio Web con diseño original, no servirá de nada si nadie lo visita.

El objetivo de cualquier sitio Web es ser visitado. El 80% de los usuarios de buscadores solo visitan la primera página; apenas un 20% llega a la segunda. Por lo tanto, aparecer a partir de la tercera página significa prácticamente no estar presente en los buscadores. De ahí la importancia de diseñar sitios Web con las características requeridas para lograr un buen posicionamiento Web.

[65] Disponible en: http://www.colombiadigitalmarketing.com/blog/54-beneficios-del-marketing-digital-para-su-empresa.html

Las redes sociales también hacen parte de las herramientas del Marketing Digital, éstas no permiten tener un acercamiento con los clientes actuales y potenciales e interactuar con ellos. Algunas de sus ventajas son:

- Muestra la experticia de su empresa en el sector al que pertenece.
- Mejora el posicionamiento Web en buscadores.
- Favorece en la fidelización y captación de clientes, debido a su permanente interacción con estos.
- Aumenta la visibilidad de su página Web y su marca en Internet.

No todas las redes sociales son viables para una empresa. Es necesario investigar en que redes sociales se encuentran presentes sus clientes. Además, si no tiene el conocimiento y la experiencia requerida podría generar un efecto negativo sobre la valoración de la marca, debido a la mala gestión de esta en las redes sociales.

La Internet hace que el desarrollo de las relaciones con los clientes, un elemento fundamental para poder canalizar y promocionar los mensajes que una organización quiera transmitir a sus clientes, tanto de sus servicios como de sus productos[66].

En la industria de pinturas el secreto no está sólo en fabricar buenos productos. Hoy las estrategias para mercadear pinturas y competir con los supermercados y grandes superficies son detalles que demandan la atención de los departamentos de mercadeo.

8.1.6 Factores globales

Las bombas industriales y herramientas de riego y perforación tienen una mayor representación en el porcentaje de ventas en las compañías latinoamericanas, el volumen en ventas lo que se refiere a recubrimientos, es dominado en el mercado mundial por el segmento de bombas industriales, el presente de este importante

[66] Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadetics

segmento de la industria se ve representado también en América latina, según la revista INPRA LATINA estima que la participación depende del país y su geografía representando el 50% o 70% en la participación del mercado. Una demanda de US$10,000 millones en América Latina para las herramientas hidráulicas pronostica este año el Fondo Monetario Internacional (FMI), debido a que las economías en algunos de los países más grandes (incluyendo Brasil y Colombia) están lentas, mientras que otros como México, Perú y el Caribe aceleran modestamente.[67]

El fondo monetario internacional (FMI) estimaba que el mercado tendría una expansión regional de 0.9% para el 2015 mientras que para el año 2016 se esperaba un crecimiento del 2.0%. Para el crecimiento del primer año se reconoce la participación más alta con algo más del 0.2% por parte de México chile, Perú, honduras, costa rica y el Caribe. México se pronostica como el país con más alto crecimiento en la industria de la región.

Las empresas compiten desde una estrategia multicanal mediante la cual están presentes a través de franquicias, tiendas propias, cadenas departamentales, supermercados y ferreterías. Cada empresa tiene su estrategia, pero todas tienen unidades para el sector industrial, para el sector doméstico, unidades para el sector de tiendas. En cuanto a los canales de venta, el ferretero es el más grande en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Honduras, en tanto que en Panamá los supermercados son relevantes.

Las principales compañías fabricantes de herramientas industriales del mundo ven mayor crecimiento en México que en el resto de países de Latinoamérica por el aumento en el sector construcción, debido a la llegada de nuevas franquicias que arrancarán operaciones en 2016 y 2017. Empresas líderes en el mercado tienen en sus expectativas un 5% de crecimiento en este país por ello estos fabricantes

[67]EL ESPECTADOR (17 de abril 2018) [en línea] https://www.elespectador.com/economia/la-economia-global-esta-saludable-y-latinoamerica-se-recupera-segun-el-fmi-articulo-750499

invertirán en investigación y desarrollo para fortalecer e incrementar la competitividad en el sector.

A nivel mundial los países emergentes, entre ellos México, están experimentando un crecimiento en la demanda de estos productos, principalmente para la industria de la construcción y la automotriz.[68]

Los países emergentes impulsaran la industria de pinturas experimentando un crecimiento en la demanda de países emergentes la industria crecerá 5% anualmente es lo esperado durante los 4 siguientes años gracias los sectores ya en etapa de maduración como lo es la construcción según expone el estudio de investigación de mercados transparencia Market Research los países que aportan una gran demanda por el desarrollo en los sectores ya mencionados son países en crecimiento como india china donde son grandes compradores de esta materia y países latinoamericanos como México, Brasil, argentina y Colombia. Cabe resaltar que México se pronostica como el mercado más prometedor en cuanto a su crecimiento en tamaño y el gran desarrollo del sector se espera que se obtengan grandes demandas en los próximos años.

8.1.7 Factor del entorno físico

La sustentabilidad continúa siendo una gran tendencia en la industria, las compañías continúan fortaleciendo sus esfuerzos atreves de programas de investigación con la introducción de nuevos procesos que buscan brindar productos con mejores estándares de calidad que cuiden y mejoren la relación con el medio ambiente.

Organizaciones que adquieren un compromiso serio apostándole al crecimiento de la industria con buenas prácticas de manufactura que aportan al desarrollo ambiental sostenible atreves de mejoras en su modo de producción con responsabilidad social con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la sociedad. Con el tiempo las organizaciones de la industria han aprendido que las políticas de

[68] Disponible en: https://www.ey.com/co/es/issues/business-environment/seis-tendencias-globales-definen-el-mundo-de-los-negocios---los-mercados-emergentes-aumentan-su-poder-global

responsabilidad social empresarial (RSE) no deben estar aisladas de la estrategia operativa general de la empresa, sino que deben estar integradas y convertirse en un eje fundamental en la definición de las políticas corporativas. Centrando todos sus esfuerzos en lograr los objetivos fundamentales: procurar la salud de las personas con productos altamente innovadores, totalmente orientados hacia ese fin y, el respeto y protección al medio ambiente, dentro de un marco de sostenibilidad.

La industria presenta un crecimiento y alto impacto positivo a la sostenibilidad ambiental si tenemos en cuenta la creciente concienciación social en materia medio ambiental unida a la normativa que es más exigente que conlleva la realización de inversiones y adaptación de los procesos productivos para el ajuste de requerimientos futuros, estar a la vanguardia de lo que exige el mercado en cuanto a tendencias generales hacia productos que tengan una mejor relación con el medio ambiente contando con prácticas de manufactura y la adquisición de maquinaria y equipos que logren ahorro de energía y uso racional del agua, son los objetivos de la industria encaminados a la responsabilidad social y sostenibilidad ambiental, además de él buen manejo de residuos y la optimización en la materia prima, Esto le ha asegurado a la industria .

La industria tiene un compromiso con el medio ambiente, hacer énfasis en la responsabilidad social que tiene la industria con el planeta y la inclusión de prácticas limpias que mejoren las practicas del sector, la industria tiene la oportunidad de mejorar la relación con los seres humanos y el medio ambiente, mejorando sus prácticas de manufactura incidiendo positivamente en la calidad de vida de las generaciones presentes y sin duda en las futuras[69]. Las organizaciones de la industria, deben fomentar la conciencia ambiental fundamentalmente en las prácticas de manufactura del sector que conlleven a la

[69] VASQUEZ, francisco. Crecimiento y desarrollo con sostenibilidad ambiental (2009) [en línea] http://www.redalyc.org/html/510/51011904005/

preservación del medio ambiente con transformación de materia prima racional y equilibrada.

En la industria química, la relación con el ambiente se traduce normalmente en la preocupación acerca de la seguridad preventiva de los procesos de producción y comercialización. No obstante, el reto consiste en avanzar hacia un tipo de responsabilidad social empresarial que le permita a la industria pensar cómo lograr que los productos finales no contaminen ni a las personas, ni a los animales y ni al entorno natural a través de acciones proactivas e integradoras, dentro y fuera de la empresa.

La norma ISO 14001 es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales.

El propósito de esta Norma Internacional es proporcionar a las organizaciones un marco de referencia para proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas. Esta norma específica requisitos que permitan que una organización logre los resultados previstos que ha establecido para su sistema de gestión ambiental. Un enfoque sistemático a la gestión ambiental puede proporcionar información a la alta dirección para generar éxito a largo plazo y crear opciones para contribuir al desarrollo sostenible mediante: la protección del medio ambiente, mediante la prevención o mitigación de impactos ambientales adversos; la mitigación de efectos potencialmente adversos de las condiciones ambientales sobre la organización; el apoyo a la organización en el cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos; la mejora del desempeño ambiental; el control o la influencia sobre la forma en la que la organización diseña, fabrica, distribuye, consume y lleva a cabo la disposición final de productos o servicios, usando una perspectiva de ciclo de vida que pueda prevenir que los impactos ambientales sean involuntariamente trasladados a otro punto del ciclo de vida; el

logro de beneficios financieros y operacionales que puedan ser el resultado de implementar alternativas ambientales respetuosas que fortalezcan la posición de la organización en el mercado.[70]

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en el marco del Plan Nacional Estratégico de Mercados Verdes, cuyo objetivo fue consolidar la producción de bienes ambientalmente sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales, creó el Sello Ambiental Colombiano - SAC y reglamentó su uso mediante la Resolución 1555 de 2005 expedida conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Esta etiqueta ecológica consiste en un distintivo o sello que se obtiene de forma voluntaria, otorgado por una institución independiente denominada "organismo de certificación" (debidamente acreditada por el Organismo Nacional de Acreditación -ONAC y autorizado por la Autoridad de Licencias Ambientales- ANLA) y que puede portar un bien o un servicio que cumpla con unos requisitos preestablecidos para su categoría.

El uso del SAC es voluntario, lo que significa que los interesados en que sus bienes o servicios porten esta etiqueta pueden solicitarla. Portar el Sello Ambiental Colombiano debe ser considerado por los productores o prestadores de servicios como una estrategia comercial y una ventaja competitiva; y por los consumidores como un valor agregado frente a otros bienes o servicios que no cuentan con este instrumento.

Para asegurar la credibilidad, independencia, y sostenibilidad económica del Sello, el programa funciona apoyado en una estructura que responde a las disposiciones

[70] NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC-ISO 14001 (Segunda actualización) Tomado de https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

del Subsistema Nacional de la Calidad y a las Normas ISO 1402, relativas a las etiquetas y declaraciones ecológicas.[71]

[71] MINAMBIENTE. Disponible en: http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19

8.2 MATRIZ POAM

Tabla 17: matriz Poam

FACTORES	CALIFICACIÓN								
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
ECONÓMICOS									
comportamiento de monedas internacionales	x						x		
crecimiento economico del sector industrial	x						x		
inflacion para el consumidor					x			x	
inflacion para el productor				x			x		
costos en exportaciones para el sector					x			x	
costos en importaciones para el sector				x			x		
desarrollo economico nacional	x						x		
tasa de desempleo			x						x
precio regulado por el mercado					x		x		
costos según el consumo del productor				x			x		
POLÍTICOS									
POT plan de ordenamiento territorial						x		x	
plan de desarrollo municipal	x						x		
plan de desarrollo nacional	x							x	
infraestructura vial	x						x		
reglamento por manejo de productos						x			x
legislacion industrial colombiana						x		x	
reforma tributaria					x			x	
reglamentos en fabricacion comercializacion o importacion de productos	x						x		
normas tecnicas colombianas NTC	x						x		
normatividad en aranceles e impuestos del comercio nacional e internacional						x		x	
SOCIOCULTURALES									
practicas en posconflicto									
nivel educativo de la poblacion		x						x	
infraestructura educativa		x						x	
desarrollo cultural			x						x
calidad de vida de la poblacion objetivo	x							x	
actividades del tiempo de osio			x						x
esperanza de vida			x						x
inclusion social			x						x
cambios sociales (inmersion de victimas						x		x	
aceptacion de discapacitados						x		x	

Fuente creación propia

TECNOLÓGICOS

innovacion tecnologica	x							x	
incursion en el mercado de productos sustututos de impacto positivo				x			x		
sistematizacion y modernizacion	x						x		
herramientas de informacion		x					x		
canales de distribucion TIC	x						x		
captacion de clientes por medios virtuales	x						x		
posicionamiento en navegadores web	x						x		
presencia en redes sociales	x						x		
eliminacion de barreras comerciales - globalizacion		x					x		
desarrollo industrial		x						x	

DEMOGRÁFICOS

mortalidad						x			x
natalidad			x						x
crecimiento de la poblacion			x					x	
estrato socioeconomico		x						x	
etnias			x						x
edad de la poblacion									
sexo de la poblacion			x						x
ubicación central y estrategica									
division geografica del municipio	x							x	
amplio margen poblacional en municipios aledaños	x						x		

GLOBALES

Expansion global de la industria	x						x		
crecimiento en la industria	x							x	
alianzas estrategicas de grandes industrias				x			x		
crecimiento del mercado	x						x		
innovacion		x						x	
investigacion y desarrollo	x						x		
comportamiento de la demanda con tendencia al consumismo	x						x		
estrategias corporativas	x							x	
satisfaccion y calidad de vida del consumidor		x						x	
fusion y absorcion de empresas en pro del sector				x			x		

ENTORNO FÍSICO

programas de investigacion	x						x		
reingenieria en procesos	x						x		
bienestar y calidad de vida de la sociedad			x					x	
gestion de responsabilidad social			x					x	
buenas practicas de manufactura			x					x	
desarrollo ambiental sostenible			x					x	
politicas ambientales empresariales			x					x	
productos con desempeño eficiente, no perjudiciales para la salud	x							x	
certificacion en sistemas de calidad	x						x		
filosofia en conservacion y cuidado ambiental		x						x	
transformacion de materia prima racional y equilibrada			x					x	

Fuente creación propia

8.3 MATRIZ MPC

Tabla 18: matriz MPC

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO									
SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA				ENERPAC CYLINDERS - PUMPS		BEYOND INDUSTRIAL LTDA		BOMBAS HIDRAULICAS NACHI	
FACTOR CRITICO DE ÉXITO	PESO	CALIFI.	PESO PONDERADO	CALIF	PESO PONDERADO	CALIF	PESO PONDERADO	CALIF	PESO PONDERADO
COMPETITIVIDAD EN PRECIOS	0,2	3	0,6	3	0,6	4	0,8	4	0,8
RECONOCIMIENTO DE MARCA	0,2	2	0,4	4	0,8	3	0,6	4	0,8
AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS OFERTADOS	0,05	2	0,1	4	0,2	2	0,1	2	0,1
CALIDAD DE PRODUCTO	0,14	4	0,56	4	0,56	3	0,42	2	0,28
SERVICIO AL CLIENTE	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36	2	0,24
TRANSPORTE	0,12	3	0,36	4	0,48	2	0,24	1	0,12
DISEÑO Y DESARROLLO - INNOVACION- VALOR AGREGADO	0,17	2	0,34	4	0,68	2	0,34	2	0,34
TOTAL	1		2,72		3,8		2,86		2,68

Fuente creación propia

ANÁLISIS

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA tiene como fortaleza la mayoría de factores críticos de éxito, sin embargo, se presentan algunos factores por mejorar o fortalecer más, como ampliar su portafolio y generar recordación de marca, siendo estas, oportunidades para generar crecimiento y mayor beneficio a sus accionistas.

ENERPAC CYLINDERS - PUMPS es la compañía líder en el mercado nacional e internacional cumple con todos los factores críticos de éxito, siendo esta un modelo a seguir de las diferentes compañías pertenecientes al mismo ramo.

BEYOND INDUSTRIAL LTDA a pesar de ser débil en su área de transporte el hecho de ser un grupo que produce y comercializa su producto terminado, hace que ella tenga una gran ventaja en el mercado y en la generación de precios competitivos en el mercado, ganando así gran parte del mercado.

BOMBAS HIDRAULICAS NACHI, compañía que abarca gran parte del mercado nacional, ha optado por posicionar su marca con un producto económico, que ha generado un gran nivel de recordación y confianza en la marca

8.4 MATRIZ EFE

Tabla 19: Matriz EFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
SOLUCIONES HIDRAULICAS OMAGA S.A.S	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
comportamiento de monedas internacionales	0,10	3	0,30
crecimiento economico del sector industrial	0,08	3	0,24
plan de desarrollo municipal	0,07	4	0,28
posicionamiento en navegadores web	0,05	2	0,10
presencia en redes sociales	0,04	2	0,08
eliminacion de barreras comerciales - globalizacion	0,05	2	0,10
desarrollo industrial	0,07	3	0,21
amplio margen poblacional en municipios aledaños	0,04	3	0,12
expansión global de la industria	0,03	2	0,06
crecimiento del mercado	0,05	2	0,10
investigacion y desarrollo	0,05	2	0,10
comportamiento de la demanda con tendencia al consumismo	0,06	2	0,12
certificacion en sistemas de calidad	0,04	2	0,08
AMENAZAS			
saturacion del mercado	0,05	2	0,10
inflacion para el productor	0,06	2	0,12
precio regulado por el mercado	0,07	3	0,21
incursion en el mercado de productos sustitutos	0,04	2	0,08
fusion y absorcion de empresas en pro del sector	0,05	1	0,05
TOTAL	**1,00**		**2,45**

Fuente creación propia

ANÁLISIS

El ponderado indica que la organización SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA se encuentra en un lugar estratégico siendo efectiva para manejar las amenazas y formalizar las oportunidades, presentando una respuesta positiva a factores

externos. Se presentan oportunidades en cuanto el aprovechamiento de diversos factores como alianzas estrategias y fusiones dando una mayor optimización de las oportunidades.

8.5 MATRIZ DE ANALISIS DE VULNERAVILIDAD

Tabla 20: matriz de vulnerabilidad

PUNTUAL	AMENAZA	CONSECUENCIA	IMPACTO DE LA AMENAZA (1-10)	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA POR IMPACTO DE LA AMENAZA	CAPACIDAD DE REACCIÓN (0-10)	GRADO DE VULNERABILIDAD
1. SISTEMA DE INVENTARIOS	La no sistematizacion y modernizacion del sistema de inventarios de SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S	El manejo de la informacion no acertada de las materias primas existentes y el estancamiento de producto terminado	10	0,9	1	9
2. CONTROL DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	La no sistematizacion y modernizacion del sistema de inventarios, no permite tener informacion veridica de las materias primas e insumos existentes en SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA	No tener el domino de la informacion veridica de lo que se tiene en almacen y de lo que se necesita para la elaboracion de cierto producto	6	0,5	2	3
3. MANEJO DE INVENTARIOS	la no reingenieria en procesos lo cual se ve afectada la informacion de lo que se tiene en SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S	Perdida de materia prima e insumos por falta del manejo de entradas y salidas del almacen	6	0,8	2	4,8
4.DIRECCIONAMIENTO TECNOLOGICO	carencia de tecnologia en la elaboracion de los productos por retraso en sistematizacion y modernizacion del SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S	Reduce la competencia frente a otras empresas del sector disminuyendo ventas	4	0,5	7	2
5. COMPETENCIA	El no creciemiento de la organización impediendo la creacion de alianzas estrategicas de grandes industrias	Baja participacion en el mercado	3	0,4	6	1,2
6.AVANCES EN MAQUINARIA Y EQUIPO	La no investigacion y desarrollo de maquinaria pára la elaboracion de productos	Disminucion de la calidad del producto y la competencia en el mercado por falta de desarrollo en los mismos productos obteniendo una baja calidad en el producto	4	0,4	6	1,6
7. DIRECCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GESTION INTEGRAL	La decertificacion en sistemas de calidad	Perdida de posicionamiento en el mercado, disminucion de las ventas obteniedo un desequilibrio economicon el la organización	6	0,6	10	3,6

Fuente: creación propia

Tabla 21: Resultados matriz de vulnerabilidad

	VALORES	CAPACIDAD DE REACCION	
		(0-5)	(5-10)
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA "IMPACTO DE AMENZA"	(5-10)	1 INDEFENSA I	EN PELIGRO II
	(0-5)	2 3 VULNERABLE IV	4 5 6 7 PREPARADA III

Fuente: creación propia

Tabla 22: descripción de resultados de la matriz de vulnerabilidad

N.	PUNTUAL	ANALISIS
1	SISTEMA DE INVENTARIOS	EL puntual en el cuadrante es "INDEFENSA" ya que es alto el impacto de amenaza por ocurrencia y con un bajo nivel de reaccion, siendo este el principal puntual por el cual la organización esta vulnerable o en riesgo de que sus procesos fallen, pues el no tener un sistema deinventarios confiable entorpesen y dificultan todos los procesos de la
2	CONTROL DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	En este puntual se puede observar que la organizacion esta "VULNERABLE"con un bajo impacto de amenza por probabilidad de ocurrencia y baja capacidad de raccion,ya que por falta de un control en el manejo de materias primas e insumos sepueden generar perdidas economicas y demoras en el proceso directo a producto terminado generando demoras en cada actividad que se ven reflejados enla insatisfaccion del cliente por el poco cumplimiento en sus servicios
3	MANEJO DE INVENTARIOS	En este puntual se puede observar que la organizacion esta "VULNERABLE"con un bajo impacto de amenza por probabilidad de ocurrencia y baja capacidad de raccion, estando asi abierta a cualquier riesgo de perdida o desperdicio de productos cuyo resultado son peridas economicas no vistas por las directivas por la falta de control
4	DIRECCIONAMIENTO TECNOLOGICO	Para este puntual podemos visualizar que la organización esta "PREPARADA" con un bajo impacto de amenaza por probabilidad de ocurrencia y alta capacidad de reaccion, por lo que se entiende que la organización esta estable a nivel de sistematizacion y aunque puede que no se mantenga a la vanguardia si esta preparada para el mercado y competitividad actual
5	COMPETENCIA	Para este puntual podemos visualizar que la organización esta "PREPARADA" con un bajo impacto de amenaza x probabilidad de ocurrencia y alta capacidad de reaccion,PINTUFLEX tiene una participacion del mercado promedio y tiene planes de crecimiento y de incursion de nuevos mercados, estando asi preparada y con facil reaccion a una amenaza
6	AVANCES EN MAQUINARIA Y EQUIPO	Para este puntual podemos observar que SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S esta "PREPARADA" con un bajo impacto de amenaza x probabilidad de ocurrencia y alta capacidad de reaccion, ya que cuanta con proyectos de sistematizacion y mejora continua en infraestructura,maquinaria y equipo
7	DIRECCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GESTION INTEGRAL	Para este puntual SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S esta "PREPARADA" con un bajo impacto de amenaza por probabilidad de ocurrencia y alta capacidad de reaccion, pues cuanta con un departamento de calidad elcual supervisaperiodicamente el sistema de gestion integral, realizando auditorias previas a la auditoria de certificacion externa

Fuente creación propia

8.6 ANALISIS DEL SECTOR

Tabla 23: análisis del sector

ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

FUERZAS	PERCEPCIÓN			IMPACTO		
	B	M	A	B	M	A
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
MATERIAS PRIMAS SUSTITUTAS			X			X
PROVEEDORES SUSTITUTOS		X				X
IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X			X	
ALTA OFERTA DE MATERIAS PRIMAS			X			X
CONCENTRACION DE LOS PROVEEDORES (MUCHOS)			X		X	
REDUCCION EN LA OFERTA	X					X
DESCONOCIMIENTOS DE LA MATERIA PRIMA NECESARIA			X	X		
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES						
ALTA DEMANDA DE PRODUCTOS		X			X	
ADQUISICION DE COMPRA EN VOLUMEN	X				X	
EXISTE DIFERENCIACION EN LOS PRODUCTOS		X		X		
CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS (PRECIOS, COSTOS)		X		X		
REDUCCION EN LA DEMANDA	X					X
SENSIBILIDAD AL PRECIO		X		X		
CONCENTRACION DE COMPRADORES (MUCHOS)			X		X	
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES						
SATURACION DEL MERCADO		X				X
TECNOLOGIA Y CONOCIMIENTO ESPECIALIZADO	X				X	
FALTA DE EXPERIENCIA		X		X		
ECONOMIAS DE ESCALA		X			X	
LEALTAD DEL CONSUMIDOR A DETERMINADAS MARCAS	X				X	
CANALES ADECUADOS DE DISTRIBUCION		X		X		
POLITICAS REGULADORAS GUBERNAMENTALES			X			X
AMENZA DE INGRESO DE PRODUCTOS						
PRECIOS BAJOS DE LOS PRODUCTOS EXISTENTES	X					X
POCA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS EXISTENTES	X				X	
POCA LEALTAD DE LOS CONSUMIDORES		X			X	
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS			X		X	
NUEVOS PRODUCTOS CON MAS DURABILIDAD		X		X		
ALTA CAPACIDAD DE PRODUCCION		X			X	
PRODUCTOS CON UN CRECIMIENTO EN RELACION AL MEDIO AMBIENTE		X				X
LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES						
DISMINUCION DE DEMANDA EN PRODUCTOS EN LA INDUSTRIA	X					X
EXISTE POCA DIFERENCIACION DE LOS PRODUCTOS		X			X	
REDUCCION DE PRECIOS CONSTANTE	X					X
COSTOS FIJOS ALTOS		X			X	
AUMENTO DE CALIDAD EN LOS PRODUCTOS			X		X	
COMPETENCIA DESLEAL	X				X	
ALIANZA ESTRATEGICA ENTRE COMPETIDORES FUERTES EN EL SECTOR	X					X

Fuente creación propia

ANALISIS

Esta matriz nos ayuda a evidenciar que SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA tiene un buen nivel de respuesta a cada una de las variables que se evidencian en el sector , contribuyendo a un nivel de impacto bajo medio y alto directamente en la organización según influya en la , venta y comercialización de sus líneas de producto, los factores determinados bajo los parámetros de las 5 fuerzas de Porter que se analizan serán , la primera fuerza, poder de negociación de los proveedores que arroja dentro de sus variables y ponderaciones un alto impacto en cuanto a nuevas materias primas y proveedores sustitutos, estas variables para SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA serán grandes oportunidades . La segunda fuerza, poder de negociación de los clientes encontramos un alto impacto en la variable reducción de la demanda donde se obtendrá una baja participación de posibles clientes y será un impedimento para que la organización siga en su auge de crecimiento. La tercera fuerza amenaza de nuevos competidores indica que la saturación de mercado implica aspectos negativos y de alto impacto para la empresa ya que estas nuevas empresas vienen con nuevas estrategias, nuevos productos y diferentes canales de distribución. La cuarta fuerza, amenaza de ingreso de nuevos productos, productos más económicos, reducción en sus precios y mejor adaptabilidad y relación con el medio ambiente. La última fuerza entre sus variables existentes factores que generan gran impacto en el sector, y que la organización tiene un bajo nivel de respuesta ante estos, como en la fuerza de rivalidad entre competidores, Si la demanda disminuye no se cuenta con un plan de respaldo que le permita responder y dar respuesta inmediata e estos factores.

8.7 MATRIZ AXIOLOGICA

Tabla 24: matriz axiológica

MATRIZ AXIOLOGICA

VALORES / GRUPO DE INTERES.	LOS ACCIONISTAS	EL ESTADO	LA FAMILIA	LOS CLIENTES	LOS PROVEEDORES	LOS COLABORADORES	SOCIEDAD	TOTAL
INTEGRIDAD	x		x	x	x	x		5
RESPETO	x	x	x	x	x	x	x	7
CONFIANZA	x		x	x	x	x	x	6
COMUNICACIÓN ASERTIVA	x	x	x	x	x	x	x	7
COMPROMISO	x	x	x	x	x	x	x	7
DISPOSICIÓN	x	x	x	x	x	x	x	7

Fuente creación propia

ANALISIS

En esta matriz se observa que los valores propuestos por las estrategias generan un impacto del 92,8% sobre el total de los grupos de interés, mostrando el impacto que los valores propuestos cumplen con los requerimientos del entorno y su filosofía organizacional, siendo el respeto, comunicación asertiva, compromiso y disposición las que impactan en más grupos de interés para SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA.

8.8 ANALISIS EXTERNO

Se observa que la industria se ve representada en gran parte por todo el sector de Bombas Industriales y productos semejantes, observando su gran campo económico y de mercado, el cual se encuentra en evolución continua frente a un mercado globalizado e industrializado, cada vez más sistematizado.

La empresa se enfrenta a grandes retos y posibilidades a nivel nacional como internacional, en cuanto a ampliación de clientes e innovación en productos y tecnología.

Los líderes en el mercado tienden a la adquisición y fidelización de clientes por valor agregado y sistematización de sus operaciones, con tecnología de punta y con procesos más óptimos en cuanto a tiempos y movimientos y minimización de costos

En este proceso de diagnóstico para la organización se genera la oportunidad de diferenciar grandes aspectos que incluyen la fabricación de bombas, y herramientas industriales que permiten cada día mejorar los procesos. Teniendo en cuenta las investigaciones hechas para el diagnóstico obteniendo como base el estado del arte en cuanto a los factores demográfico, económico, social, legal sociocultural, tecnológico y ambientales con los aspectos más importantes y relevantes en el caso de la aplicación de las matrices.

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA genera una serie de compromisos apostándole al crecimiento de la industria y de herramientas que permitan la sostenibilidad del sector construcción e industrial con buenas prácticas de manufactura que aportan al desarrollo ambiental sostenible a través de mejoras en su modo de producción con responsabilidad social con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la sociedad. La industria presenta un crecimiento y alto impacto a la sostenibilidad ambiental si tenemos en cuenta la creciente concienciación

social en materia medio ambiental unida a la normativa que es más exigente que conlleva la realización de inversiones frente al cuidado ambiental.

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA se encuentra en la fase de negocio de crecimiento donde se está creciendo de forma exponencial a gran escala en su infraestructura y sistematización, adaptación y asimilación de procesos , sistematización y organización en una fase intermedia invirtiendo pequeñas cantidades de valor a corto y mediano plazo con el objeto de generar retorno de inversión y aumento de utilidades y beneficios, le apuesta al crecimiento con la innovación y generación de soluciones sostenibles que contribuyan al crecimiento. Los avances tecnológicos que se desarrollan, y comercializan completan la selección de materias primas de alta calidad.

9 AUDITORIA INTERNA

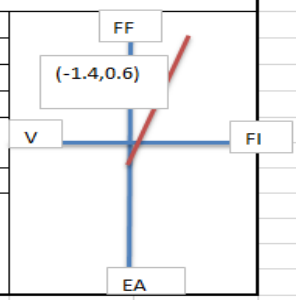
9.1 MATRIZ PEYEA

Tabla 25: matriz PEYEA

MATRIZ DE EVALUACION DE LA POSICION ESTRATEGICA Y DE LA ACCION

PEYEA

FUERZAS		CALIFICACIÓN
FUERZA FINANCIERA (F. F)		
Efectividad en la ejecución presupuestal		3,0
Estado de la situacion financiera		4,0
Ejecución y control de designación presupuestal		3,0
Administración de cuentas por pagar		4,0
Gestión de cuentas por pagar		4,0
Total		18,0
FUERZA DE LA INDUSTRIA (F. I.)		
funcionalidad de la estructura		5,0
evaluacion de la direccion		5,0
toma de las desiciones		6,0
control de gestion		6,0
utilidad de los planes		6,0
Total		28,0
ESTABILIDAD DEL AMBIENTE (E. A.)		
formacion y crecimiento		-4
direccionamiento estrategico		-4
formacion integral		-5
investigacion academica		-3
direccionamiento gestion humana		-5
Total		-21,0
VENTAJA COMPETITIVA (V. C.)		
comunicación con el cliente		-4,0
investigacion del mercado		-4,0
perspectivas del cliente		-5,0
calidad del producto		-6,0
selección de proveedores		-6,0
Total		-25,0
CONCLUSION		
El Promedio para FF Es 18.0/5	3,6	
El Promedio para FI Es 28.0/5	5,6	
El Promedio para EA Es -21.0/5	-4,2	
El Promedio para VC Es -25.0/5	-5	
El vector Direccional coordina:Eje X: -5+(5.6)	0,6	
Eje Y: -5+(3.6)	-1,4	
Estrategia de Tipo Agresivo		



Fuente creación propia

ANALISIS

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA presenta una estrategia corporativa , teniendo en cuenta el comportamiento de algunas variables que presenta el mercado global de la industria, cada uno de los factores que intervienen en matriz PEYEA, generan la fuerza financiera y presenta una gran efectividad en la utilización del presupuesto de la administración y gestión de la organización, en cuanto a la ventaja competitiva se encuentra con un sobresaliente margen con respecto a servicio al cliente, se tiene una excelente selección de proveedores lo que genera mejor calidad en sus productos .

9.2 MATRIZ PCI

Tabla 26: matriz PCI

MATRIZ DE PERFIL DE CAPACIDADES INTERNAS

PCI

CAPACIDADES	CALIFICACIÓN								
	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
DIRECTIVA									
FUNCIONALIDAD DE LA ESTRUCTURA	X						X		
EVALUACIÓN DE LA DIRECCIÓN	X						X		
TOMA DE DECISIONES	X						X		
OBJETIVOS Y METAS ESTABLECIDAS		X					X		
PLANEACION ESTRATEGICA		X					X		
CONTROL DE GESTIÓN	X						X		
UTILIDAD DE LOS PLANES	X						X		
FRECUENCIA DE EVALUACIÓN		X					X		
SEGUIMIENTO A LOS RESULTADOS DE LA EVALUACION		X					X		
EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN - PARTICIPACIÓN		X					X		
COMPETITIVA									
COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	X							X	
INVESTIGACION DEL MERCADO		X							X
PERSPECTIVA DEL CLIENTE		X					X		
MARGEN DE UTILIDAD		X						X	
ATENCION AL CLIENTE		X					X		
CALIDAD DEL PRODUCTO	X						X		
FACTOR CRITICO DE ÉXITO		X					X		
SELECCIÓN DE PROVEEDORES	X							X	
IDENTIFICACION DE COMPETIDORES DIRECTOS		x							X
FIDELIZACION	X							X	

Fuente creación propia

FINANCIERA									
VALIDEZ DE LA INFORMACION CONTABLE		x					x		
EFECTIVIDAD EN LA EJECUCION PRESUPUESTAL				x			x		
INTERPRETACION DE LA INFORMACION FINANCIERA		x					x		
ESTADOS FINANCIEROS		x					x		
CONOCIMIENO DEL PATRIMONIO		x					x		
ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS		x					x		
CONTROL DEL PRESUPUESTO ASIGNADO				x			x		
SEGUIMIENTO AL PLAN DE COMPRAS		x					x		
EJECUCION DE FLUJO DE EFECTIVO		x					x		
ADMINISTRACION DE CUENTAS POR PAGAR		x					x		
TECNOLÓGICA									
PROYECCION TECNOLOGICA		x					x		
DIRECCIONAMIENTO TECNOLOGICO		x					x		
CONTROL SISTEMATICA DE INVENTARIOS						x	x		
SEGUIMIENTO A PERDIDAS EN MATERIA PRIMA						x	x		
ADMINISTRACION DE RECURSOS FINANCIEROS		x					x		
DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO		x					x		
DIRECCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GESTION INTEGRAL		x						x	
FORMACION INTEGRAL		x						x	
INVESTIGACION ACADEMICA	x						x		
EDUCACION CONTINUA Y A DISTANCIA			x					x	
TALENTO HUMANO									
FORMACION Y CRECIMIENTO		X						X	
FUENTES DE RECLUTAMIENTO		X						X	
CRITERIOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN		X						X	
INDICADORES DE GESTION		X						X	
COMPROMISO Y SENTIDO DE PERTENENCIA		X						X	
MEDIOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL	X						X		
INDUCCION	X							X	
ENTRENAMIENTO		X						X	
ESTIMULOS E INCENTIVOS QUE SE OFRECE A LOS EMPLEADOS		X						X	
PROCESOS DE BIENESTAR		X						X	

Fuente creación propia

ANALISIS

SOLUCIONES HIDRAULICASNOMEGA muestra sus capacidades directivas enfocado en diferentes fortalezas que tienen alto impacto, en las cuales encontramos variables como lo son la funcionalidad de la estructura, evaluación de la dirección y la toma de decisiones, las cuales se emplean como estrategia gerencial de alto impacto , en cuanto a capacidad financiera se puede decir que representa un alto impacto en la organización pero evaluando las diferentes variables se encuentra que no todas las fortalezas con un alto grado de calificación aseguran que se deberá tener un mejor aprovechamiento de las

mismas para generar el crecimiento de la organización, la capacidad competitiva se encuentra en las fortalezas de alto grado tenidas en cuenta por la organización como los son la calidad el servicio al cliente , capacidad de gestión humana es de gran ayuda para el crecimiento de la organización.

9.3 MATRIZ EFI (EVALUACION DE FACTORES INTERNOS)

Tabla 27: matriz EFI

	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
DIRECTIVA			
FUNCIONALIDAD DE LA ESTRUCTURA	0,05	4	0,2
EVALUACIÓN DE LA DIRECCIÓN	0,03	4	0,12
TOMA DE DECISIONES	0,04	4	0,16
CONTROL DE GESTIÓN	0,04	4	0,16
UTILIDAD DE LOS PLANES	0,03	3	0,09
FRECUENCIA DE EVALUACIÓN	0,03	3	0,09
SEGUIMIENTO A LOS RESULTADOS DE LA EVALUACION	0,03	3	0,09
EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN - PARTICIPACIÓN	0,02	4	0,08
COMPETITIVA			
PERSPECTIVA DEL CLIENTE	0,03	4	0,12
ATENCION AL CLIENTE	0,05	4	0,2
CALIDAD DEL PRODUCTO	0,03	4	0,12
FACTOR CRITICO DE ÉXITO	0,02	4	0,08
FINANCIERA			
VALIDEZ DE LA INFORMACION CONTABLE	0,04	3	0,12
INTERPRETACION DE LA INFORMACION FINANCIERA	0,02	3	0,06
ESTADOS FINANCIEROS	0,03	3	0,09
CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO	0,02	4	0,08
ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS	0,03	3	0,09
SEGUIMIENTO AL PLAN DE COMPRAS	0,03	4	0,12
EJECUCION DEL FLUJO DE EFECTIVO	0,04	4	0,16
ADMINISTRACION DE CUENTAS POR PAGAR	0,04	3	0,12
TECNOLÓGICA			
PROYECCION TECNOLOGICA	0,04	3	0,12
DIRECCIONAMIENTO TECNOLOGICO	0,03	4	0,12
ADMINISTRACION DE RECURSOS FINANCIEROS	0,05	3	0,15
DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	0,04	4	0,16
INVESTIGACION TECNOLOGICA	0,02	3	0,06
TALENTO HUMANO			
MEDIOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL	0,03	4	0,12
DEBILIDADES			
FINANCIERA			
EFECTIVIDAD EN LA EJECUCION PRESUPUESTAL	0,04	1	0,04
CONTROL DEL PRESUPUESTO ASIGNADO	0,03	1	0,03
TECNOLÓGICA			
CONTROL DE PERDIDA DE MATERIAS PRIMAS	0,03	2	0,06
CONTROL SISTEMATICO DE INVENTARIOS	0,04	1	0,04
TOTAL	**1,00**		**3,25**

Fuente creación propia

ANALISIS.

Teniendo en cuenta la media, se pueden observar que SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA SAS es una empresa con más de 7 años en el mercado, la cual es movida por el trabajo continuo y la búsqueda del cambio continuo, el cual presenta más fortalezas que debilidades. Se evidencian debilidades criticas tales como "la efectividad en la ejecución presupuestal, control del presupuesto asignado y el control sistemático de inventarios", las cuales se pueden corregir con planes de acción para convertir las debilidades en mayores fortalezas. Sacando un promedio general se observa que SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA está en un proceso de transición y crecimiento.

9.4 ANALISIS INTERNO

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S se preocupa por la sostenibilidad y el desarrollo constante de sus departamentos, los cuales en cabeza de la gerencia y los líderes que comprenden la organización le apuestan a la implementación de una gerencia estratégica adaptándose a los retos globales que ofrece el mercado en el sector. El tener claro cada uno de estos factores genera una gran fortaleza frente a los cambios.

La empresa le apuesta al direccionamiento estratégico donde intervienen todos sus colaboradores para el desarrollo de la actividad en la consultoría se refleja un hallazgo fundamental como estrategia gerencial el compromiso de cada uno de los colaboradores y el sentido de pertenencia perduran siendo esto factor determinante de fortaleza.

Se evidencian oportunidades de mejora en soporte documental y en control del mismo.

El programa con que cuenta la empresa actualmente se centra en algunos aspectos específicos del inventario, pero no se tiene un acceso total que permita la concentración y disminución de desviaciones en el mismo.

Se evidencia que la organización cuenta con departamentos fuertes tales como el contable, donde se maneja información acertada, por otra parte, el área de Talento Humano maneja diferentes estrategias en donde los incentivos cumplen un papel importante.

En la parte que corresponde a la atención y crecimiento generalizado de la organización se evidencia que esta es fuerte, ya que presta gran atención al cliente, aunque es importante resaltar que factor cliente, se encuentra en un cambio constante, donde se deben implementar estrategias que fortalezcan a nivel interior y exterior la empresa.

10 PLANEACION ESTRATEGICA

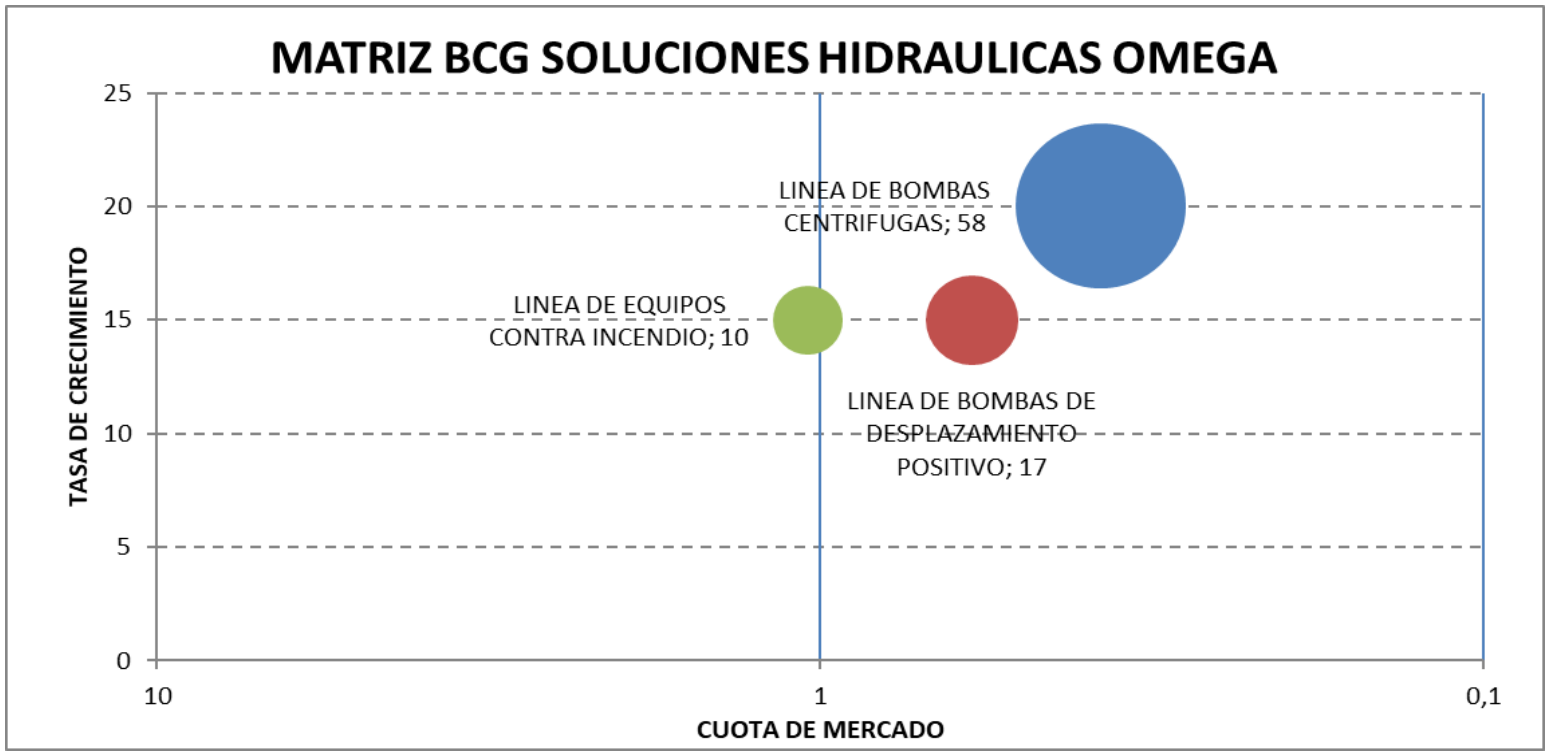
10.1 MATRIZ BCG

Tabla 28: matriz BCG

PRODUCTOS	VENTAS $	PROPORCION CARTERA NEGOCIO %	VENTAS LIDER	VENTAS SECTOR AÑO ACTUAL	VENTAS SECTOR AÑO ANTERIOR	TASA CRECIMIENTO DEL MERCADO	CUOTA MERCADO RELATIVA	CASILLAS MATRIZ BCG
LINEA DE BOMBAS CENTRIFUGAS	800.000.000	42,1052632	2.100.000.000	306.300.384.000	255.250.320.000	20	0,38	INTERROGANTE
LINEA DE BOMBAS DE DESPLAZAMIENTO POSITIVO	350.000.000	18,4210526	590.000.000	73.384.467.000	63.812.580.000	15	0,59	ESTRELLA
LINEA DE EQUIPOS CONTRA INCENDIO	300.000.000	15,7894737	288.000.000	48.922.978.000	42.541.720.000	15	1,04	INTERROGANTE
LINEA DE BOMBAS SUMERGIBLES	230.000.000	12,1052632	12.300.000	50.199.229.600	42.541.720.000	18	18,70	INTERROGANTE
LINEA DE BOMBAS TRITURADORAS	220.000.000	11,5789474	4.700.000	24.461.489.000	21.270.860.000	15	46,81	INTERROGANTE
	1.900.000.000	100	2.995.000.000	503.268.547.600	425.417.200.000			

Fuente creación propia

Grafico 9: matriz BCG



Fuente: creación propia

ANALISIS

En la matriz propuesta se observan cuatro cuadrantes de la rejilla, donde se representan distintas categorías de las unidades estratégicas de negocio o líneas de productos más importantes.

En el Cuadrante 1(interrogante) se encuentran cuatro de las líneas de producto más relevantes como lo son la, línea de bombas centrifugas y línea de bombas de desplazamiento positivo, línea de bombas sumergibles, línea de bombas trituradoras, que Son unidades estratégicas de negocio que tienen una baja participación en el mercado, pero con tasas altas de crecimiento en este. Estas líneas de producción necesitan una gran cantidad de recursos para mantener su participación. Estos recursos deberán ser generados por otros productos. Dependiendo de las acciones y decisiones tomadas por la organización pueden llegar a cualquier destino: el cual puede ser éxito o fracaso.

En el Cuadrante 2 se encuentra ubicada la línea de equipos contra incendio, un producto de un buen crecimiento y alta participación en el mercado, este es la esperanza del negocio. Este producto solicita gran atención porque debe financiarse el alto ritmo de crecimiento que tiene la empresa, requiere de mucho efectivo para mantener su competitividad dentro de los mercados en crecimiento, pero el fuerte liderazgo que ostentan esta línea de producción hace que el flujo de fondos tienda a ser neutro. Con el tiempo su crecimiento se irá reduciendo y se convertirá en vaca lechera generadora de mayores efectivos.

En el Cuadrante 3(vaca lechera) y cuadrante 4 (perro rabioso) no se encuentra ninguna de las líneas de producción.

10.2 MATRIZ MCKINSEY

Tabla 29: matriz mckinsey

MATRIZ MCKINSEY

ATRACTIVO DEL SECTOR DE ACTIVIDAD EN EL ÁMBITO ELEGIDO					
FACTORES CRITICOS DE ÉXITO FCE	PONDERACIÓN	ESCALAS			SUBTOTAL
		ALTO	MEDIO	BAJO	
desarrollo industrial	0,25		0,5		0,13
eliminacion de barreras comerciales - globalizacion	0,06		0,5		0,03
plan de desarrollo municipal	0,2	1			0,15
comportamiento de la demanda con tendencia al co	0,25			0	0,00
crecimiento del mercado	0,15	1			0,15
investigacion y desarrollo	0,05	1			0,05
comportamiento de monedas internacionales	0,10		0,5		0,05
crecimiento economico del sector industrial	0,05		0,5		0,025
	1,11		TOTAL =		58%
HABILIDAD PARA COMPETIR					
FACTORES CRITICOS DE ÉXITO FCE	PONDERACIÓN	ESCALAS			SUBTOTAL
		ALTO	MEDIO	BAJO	
FUNCIONALIDAD DE LA ESTRUCTURA	0,25			0	0,00
EVALUACIÓN DE LA DIRECCIÓN	0,2	1			0,15
TOMA DE DECISIONES	0,05	1			0,05
CONTROL DE GESTIÓN	0,1		0,5		0,05
UTILIDAD DE LOS PLANES	0,20	1			0,20
FRECUENCIA DE EVALUACIÓN	0,10	1			0,10
SEGUIMIENTO A LOS RESULTADOS	0,20		0,5		0,1
EVALUACION	0,05			0	0,00
EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN	0,05	1			0,05
	1,20		TOTAL =		70%

FUENTE CREACION PROPIA

Grafico 10: matriz mckinsey

Fuente: creación propia

ANALISIS

Como se analiza en la gráfica presentada, el puntaje de SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S es medio en los dos ejes, lo que significa que el atractivo de mercado y su habilidad para competir está en un camino intermedio a la excelencia.

El círculo representa la unidad estratégica de negocio ofrecida por SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S con un 58% de mercado; el cual refleja que la organización se encuentra en un proceso intermedio de tamaño y de atracción. Esta guarda relación con la magnitud relativa de la industria en la que compite (70%).

La organización se ubica en los sectores medianamente atractivos para invertir y crecer de las unidades estratégicas de negocios fuertes, lo que se entiende que la organización debe invertir más en su servicio. Lo anteriormente mencionado, favorece a la organización a lograr a futuro ubicarse en una posición ideal de éxito, puesto que evidencia una rentabilidad estable en donde deben invertir un poco más para lograr tener una muy buena rentabilidad. De igual forma, se reconoce que está ubicada en un nivel medio que indica que debe proteger la posición reforzando en los factores críticos de éxito en los que está más vulnerable.

10.3 MATRIZ MICMAC

Tabla 30: Matriz MICMAC

MICMAC

Nº	Long label	Short label	Description	Theme
1	Comportamiento de monedas internacionales.	COMDAIN	Para el sector son las exportaciones e importaciones, ya que gran parte de materia prima es traída del extranjero y parte del producto terminado es exportado dependiendo del comportamiento de las monedas internacionales.	ECONOMICO
2	sistematización y modernización.	SITMODER	Para la organizacion uno de los factores mas relevantes y esenciales en generar competitividad esta en la modernizacion, sistematizacion y mejora continua y aun sabiendo que esto genera inversiones constantes la organizacion genera distintas acciones que apuntan a dichos factores colocando un buen monto economico en su presupuesto para dichos fines.	COMPETITIVO
3	reingeniería de procesos.	REINPRO	Es de importancia la mejora continua en todos los procedimientos que afectan en la produccion de las distintas lineas de producto, En donde la organizacion no es ajena a que debe estar en continuo cambio para lograr una competencia mas equilibrada.	COMPETITIVO

4	reglamentos en fabricación y comercializacion legal	REGFABMOD	Los reglamentos son mas que claros encontrandosen concentrados en el sistema de gestion de calidad aplicandolos en el laboratorio de la organizacion y en las disitintas areas de produccion permitiendo avances importantes en cuestiones de calidad del producto y mejora del mismo.	COMPETITIVO
5	desarrollo económico nacional	DEN	En el primer trimestre y comienzos del segundo Trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 1,1% en todas las ramas de la actividad económica a nivel nacional, el sector industria manufacturera creció un 0,3% y el subsector de fabricación de sustancias y productos químicos tuvo una variación anual de 2,6% siendo parte importante del crecimiento general del PIB.	ECONOMICO
6	plan de desarrollo	PD	Para este plan de desarrollo tiene como programas eje: 1. La promoción del desarrollo empleo y turismo 2. ciudad global, ciudad agropecuaria 3. Transporte y movilidad 4.vivienda con equidad 5.Diferntes servicios públicos con cobertura y tecnología. Ejes que con ayuda del desarrollo pueden ser de gran ventaja competitiva para el sector manufacturero del municipio.	POLITICO-SOCIAL
7	precios regulados por el mercado	PRRMRCADO	La inflación colombiana un factor elemental para el sector, en la cual se basa para su costeo y posterior precio de venta teniendo en cuenta otros factores.	ECONOMICO
8	inflación para el productor.	INFLAPRO	Para el productor (IPP) fue para el 2014, 2015 y 2016 del 6,33%, 9,57% y 1,62% respectivamente evidenciando un comportamiento inestable, con un año 2015 complicado para el productor cuyas consecuencias directas generan afectaciones la inflación claramente al consumidor final	ECONOMICO
9	administración de recursos financieros.	ADMRFRO	La administracion de recursos financieros al ser una organizacion de tipo familiar este manejo se torna un poco mas complejo, aun asi la organizacion hace un buen manejo de estos recursos manteniendose en el mercado ya por varios años.	COMPETITIVO
10	investigación de nuevas materias primas.	INVDNMP	La organizacion en cabeza de sus directivos tiene la claridad de la importancia de la investrigacion de nuevas materias lo que permite fortalecer la competitividad frente a otras marcas mejorando su posicionamiento en el mercado.	COMPETITIVO
11	alianzas estratégicas	AESTRA	Los competidores optan por nuevas alianzas para la expansión y conquista de nuevos territorios en el mercados de la industria manufacturera de pinturas, las organizaciones buscan aumentar la participación en el nicho de mercado y los canales de comercialización, haciendo alianzas estratégicas para su posible crecimiento y desarrollo de la industria.	GLOBALES
12	costos en importación para el sector.	CIMPRSCTOR	Según el DANE, el sector manufacturero registro una variación de 0,8% de sus importaciones en enero de 2017 al pasar de US$2.677,6 millones CIF en enero de 2016 a US$2.700,3 millones CIF en enero de 2017,causa directa de un dólar fortificado y con tendencia a la alta, siendo esta una oportunidad para el sector de generar impacto en mercados nacionales e internacionales aumentando la productividad y ventas nacionales	ECONOMICO
13	evaluación de direccionamiento	EVDEDIRR	Es de importancia para la organizacion tener claro en que se debe mejorar y fotalecer en donde los Directivos deben saber en que se esta fallando para que desde esa forma se logre tomar decisiones en beneficio de la misma.	COMPETITIVO
14	manejo de inventarios	MANINVE	Es de importacia para cualquier organizacion tener el manejo de inventarios claro, que la informacion sea veridica con lo que se encuentra en el almacen que las materias primas e insumos tengasn un control estricto, esto permite que la organizacion no tenga productos en estancamiento ocasionando perdidas para la misma.	COMPETITIVO
15	investigación del mercado	INVESMER	Para las organizaciones es de suma importancia la investigacion de mercado esto permite abrir nuevos espacios para la organizacion generando ganancias para la misma, fortaleciendo su posicion en el mercado.	COMPETITIVO

MATRIZ DE INFLUENCIAS DIRECTAS (MID)

Las influencias se puntúan de 0 a 3, con la posibilidad de señalar las influencias potenciales:

0: Sin influencia

1: Débil

2: Media

3: Fuerte

P: Potencial

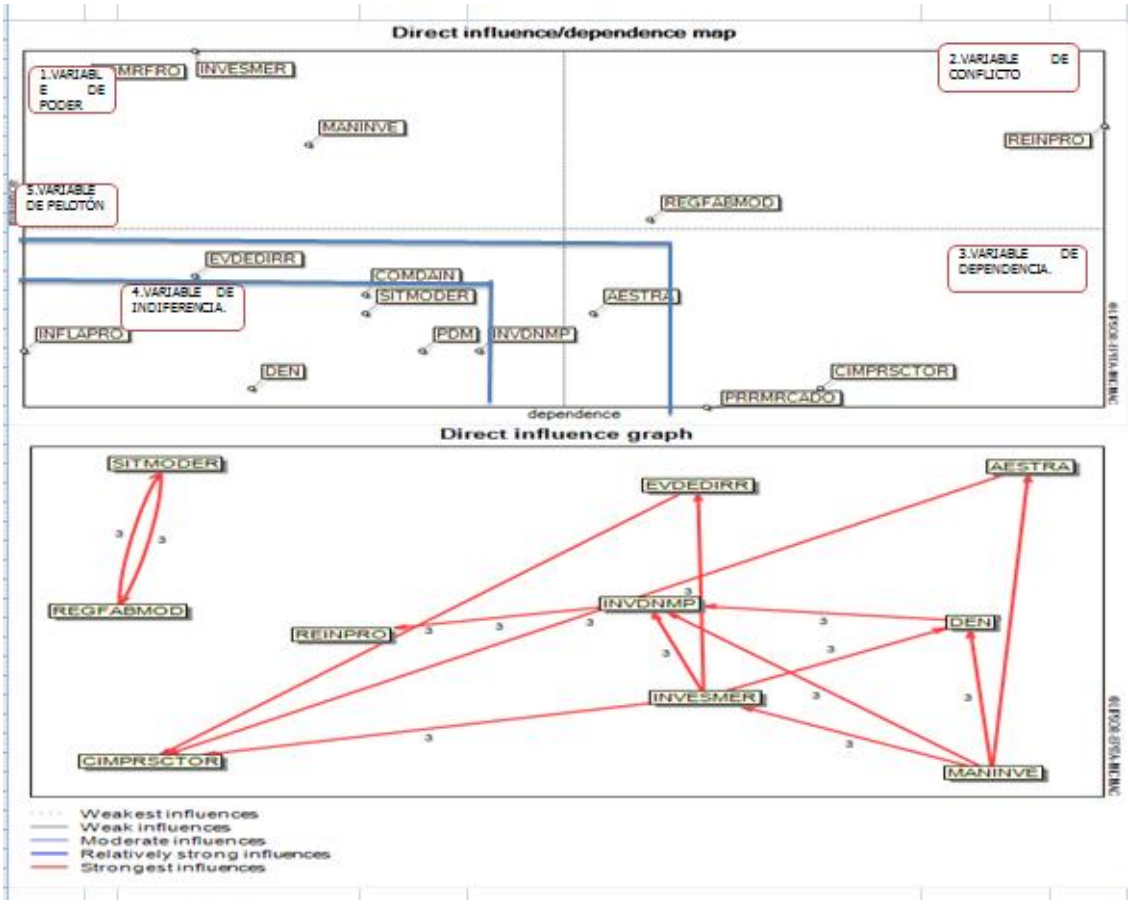
Tabla 31: tabla de influencias directas

	1 : COMDAIN	2 : SITMODER	3 : REINPRO	4 : REGFABMOD	5 : DEN	6 : PDM	7 : PRRMRCADO	8 : INFLAPRO	9 : ADMRFRO	10 : INVDNMP	11 : AESTRA	12 : CIMPRSCTOR	13 : EVDEDIRR	14 : MANINVE	15 : INVESMER
1 : COMDAIN	0	1	3	P	2	1	3	P	1	1	0	2	3	2	P
2 : SITMODER	1	0	2	3	P	3	1	2	P	3	2	1	0	P	0
3 : REINPRO	3	2	0	3	2	1	3	2	1	2	2	3	1	P	3
4 : REGFABMOD	1	3	P	0	2	1	3	P	1	3	3	1	P	2	3
5 : DEN	P	1	2	3	0	P	2	P	P	3	P	1	P	2	P
6 : PDM	1	P	2	P	P	0	2	P	1	1	2	3	1	3	0
7 : PRRMRCADO	1	2	1	1	0	1	0	0	P	0	P	1	3	2	1
8 : INFLAPRO	1	2	3	0	1	P	P	0	2	1	2	2	P	2	0
9 : ADMRFRO	3	P	3	3	3	P	P	3	0	P	3	3	3	3	3
10 : INVDNMP	P	2	3	2	1	2	P	P	2	0	2	1	1	P	0
11 :AESTRA	1	2	1	1	P	2	2	3	1	0	0	3	0	P	2
12 : CIMPRSCTOR	1	2	3	0	P	2	1	P	2	P	P	0	1	2	P
13 : EVDEDIRR	P	2	3	2	0	1	2	3	P	1	2	3	0	P	1
14 : MANINVE	3	P	3	3	3	3	3	P	P	3	3	P	P	0	3
15 : INVESMER	3	P	3	3	3	3	3	P	3	3	2	3	3	P	0

Las influencias se puntuan de 0 a 3, con la posibilidad de señalar las influencias potenciales :
0 : Sin influencia
1 : Débil
2 : Media
3 : Fuerte
P : Potencial

© LIPSOR-EPITA-MICMAC

Grafico 11: influencias directas micmac



ANALISIS

Basándose en los resultados obtenidos por la graficas se puede ver que:

En la parte superior izquierda se sitúan las variables de entrada que es la de manejo de inventarios donde se evidencia la base del proceso dentro de la empresa, y se puede ejercer un control, sobre los productos disponibles para poder vender, el reabastecimiento de los mismos esto se ha convertido en un freno para la empresa por que actualmente no tiene un control de inventarios y esto ha ocasionado varios desequilibrios en la gestión de la empresa.

En la parte superior derecha se encuentra el reglamento en fabricación y comercialización legal lo que permite que la empresa sea más competitiva ya que con esta reglamentación garantizara la calidad del producto permitiendo que se

aumente sus ventas y pueda abarcar más mercado, esta variable es de lenta motricidad y dependencia lo que las convierte en variables determinantes en el proceso de la administración.

En la parte inferior derecha se denotan las variables de resultados que son las alianzas estratégicas, que ha resultado ser la fortaleza de la compañía hasta el momento los ultimas alianzas que realizo con proveedores ha beneficiado económicamente la empresa porque ha logrado disminuir costos a través de las importaciones, y esto permitió que las ventas aumentaran y se mantuvieron precios competitivos, lo que significa que los resultados de estas alianzas han sido positivos hasta el momento.

En la matriz micmac la ubicación de las variables en el plano directo denota que el sistema es estable puesto que todas se encuentran dispersas en todos los ejes siendo equitativos a pesar de que la mayor concentración se encuentra en el eje inferior izquierdo donde ya se vuelven indiferentes y poco relevantes.

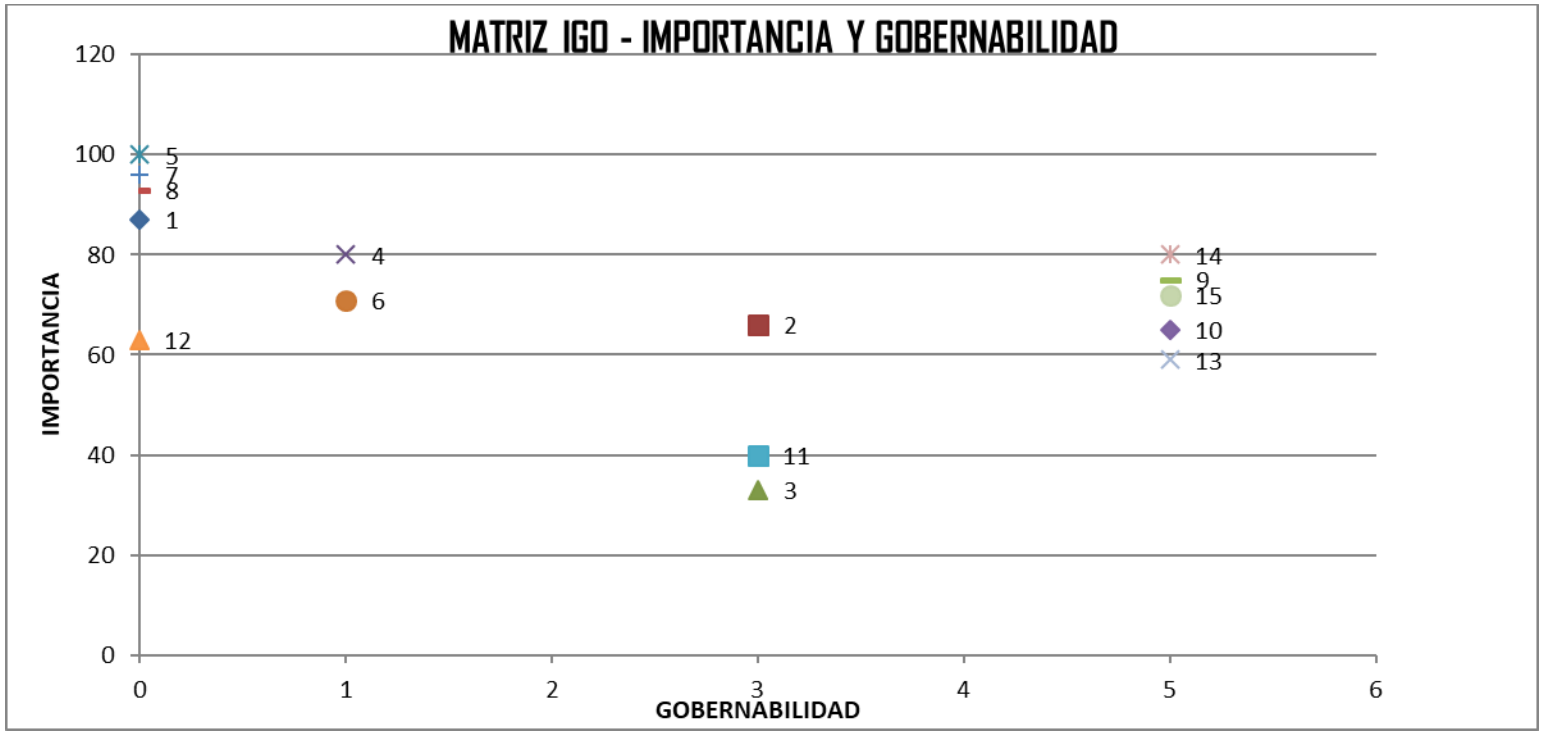
10.4 MATRIZ IGO

Tabla 32: matriz IGO

	MATRIZ IGO - IMPORTANCIA Y GOBERNABILIDAD					
ITEM	**FACTORES DEL CAMBIO**	**IMPORTANCIA**	**F**	**M**	**D**	**N**
1	comportamiento de monedas internacionales	87				0
2	sistematizacion y modernizacion	66		3		
3	reingenieria en procesos	33		3		
4	Reglamentos en fabricacion y comercializacion legal	80			1	
5	desarrollo economico nacional	100				0
6	plan de desarrolllo municipal	71			1	
7	precios regulados por el mercado	96				0
8	inflacion para el productor	93				0
9	administracion de recursos financieros	75	5			
10	investigacion de nuevas materias primas	65	5			
11	alianzas estrategicas	40		3		
12	costos en importacion para el sector	63				0
13	evaluacion de direccionamiento	59	5			
14	manejo de inventarios	80	5			
15	investigacion de mercado	72	5			
	MEDIA	72,00	2,4			

Fuente: creación propia

grafico 12: matriz IGO



Fuente: creación propia

ANALISIS

Se muestran cuatro cuadrantes que son las variables más significativas, las cuales intervienen en el desarrollo de la organización, se tienen en cuenta los factores de cambio escogidos, donde podemos apreciar que los que se encuentran en el primer cuadrante (administración de recursos financieros, manejo de inventarios e investigación de mercado) demandan soluciones inmediatas ya que cuentan con calificaciones de alta importancia y gobernabilidad factores internos que demandan estrategias para priorizar en su aprovechamiento dentro de la organización . en el segundo cuadrante (comportamiento de monedas internacionales , reglamentos en fabricación y comercialización legal , desarrollo económico nacional , precios regulados por el mercado e inflación para el productor) factores que repercuten en el sector y primordial es cumplir con estos ítem y sacar la mayor ventaja demandan retos que comprenden acciones de alta importancia pero de muy baja gobernabilidad puesto que son factores externos, en el tercer cuadrante (plan de desarrollo municipal, costos en importación para el sector demandan acciones innecesarias puesto que su importancia y gobernabilidad están por debajo de la media, en el cuarto cuadrante (sistematización y modernización , reingeniería en procesos, investigación de nuevas materias primas, alianzas estratégicas , evaluación de direccionamiento) demandan acciones menos urgentes ya que muestran acciones de alta gobernabilidad pero de poca importancia para la organización, este análisis nos da un acercamiento de la importancia y gobernabilidad de algunas de las variables, servirá de herramienta para el proceso de toma de decisiones; es muy importante la información que nos proporciona y se hace bastante útil para acogernos a las acciones que debe precisar para el mejoramiento y crecimiento de la organización a partir de estrategias

10.5 MATRIZ DE PODER /INTERES

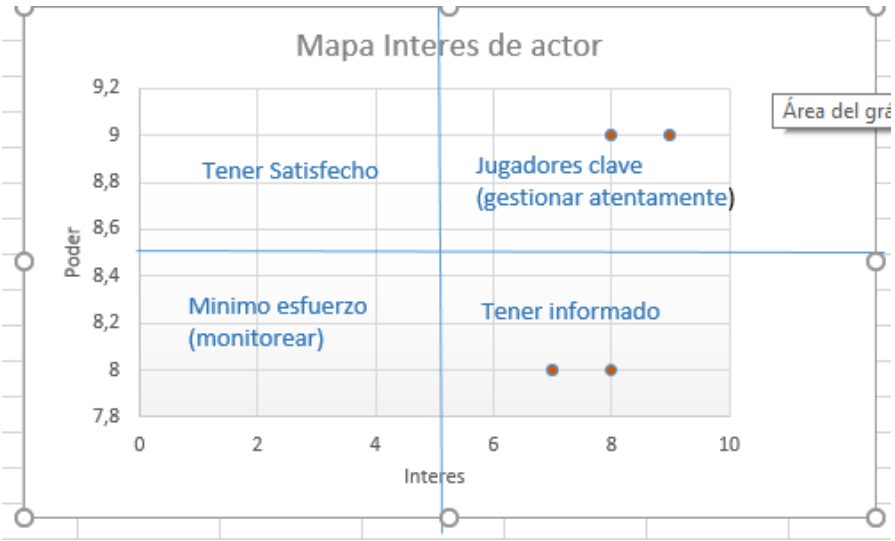
Tabla 33: matriz poder

MATRIZ PODER- INTERES DE ACTORES								
actor	descripción de cada actor	poder	interés	que es importante para el actor	como contribuye el actor en la organización	como podría bloquear o truncar los proyectos el actor	estrategias para atraer el actor	naturaleza del actor
familia	para la organización la familia es la base principal y el motor que genera estabilidad en la sociedad	5	6	es importante el desarrollo del integrante de la familia que participa en la organización	contribuye , facilitando cada día el desarrollo del integrante que pertenece a la organización	los puede truncar no, generando los espacios para que la organización desarrolle las laboras pactadas	buenas relaciones con los integrantes de la organización	natural
proveedor	para la organización el proveedor es quien genera un insumo base para el desarrollo de la actividad de la organización	7	8	es importante realizar la entrega de cada una de las materias primas solicitadas por la empresa	contribuye , realizando una buena labor de entrega a tiempo y completo para la organización	no entregando atic cada uno de los insumos	buenas relaciones comerciales con los proveedores	jurídico
colaborador	para la organización el colaborador es quien proporciona la base y funcionamiento adecuado de la empresa	8	7	es importante realizar un buen trabajo durante la ejecución de su labor	contribuye , dando cada día lo mejor de sí mismo , ya que depende de la organización	no realizando las labores pactadas , con la organización	buenas relaciones con los colaboradores	natural
medio ambiente	para la organización el medo ambiente es uno de sus grandes objetivos , ya que se pretende crear una estabilidad entre la organización y el mismo	6	5	es importante estar en equilibrio con la organización , para el buen desarrollo del mismo	contribuye encontrando la mejor opción y salida a un punto de equilibrio con la organización	no llegar a acuerdos que permitan el desarrollo de la organización	buenas prácticas de manufactura y relación con el medio ambiente	jurídico

Fuente: creación propia

10.6 MAPA DE INTERES DE ACTORES

Grafico 13: matriz de interés de actores



Fuente: creación propia

ANALISIS

Tener satisfecho: en este cuadrante no encontramos ningún factor.

Mínimo esfuerzo: en este cuadrante no encontramos ningún factor.

Gestionar atentamente: estos factores que demandan acciones inmediatas, puesto que tienen y encierran acciones con calificaciones altas de poder e influyen directamente en la organización.

Tener informado: Son los actores que se deben mantener informado, no tienen tanta influencia en la organización, pero son factores que se debe mantener al tanto para evitar un desequilibrio a nivel interno.

10.7 MATRIZ CRUZ DE EJES DE SCHWART

Tabla 34: matriz cruz de ejes de Schwartz

CONSTRUCCION DE ESCENARIOS

* VECTORES O DIRECCIONADORES DE FUTURO

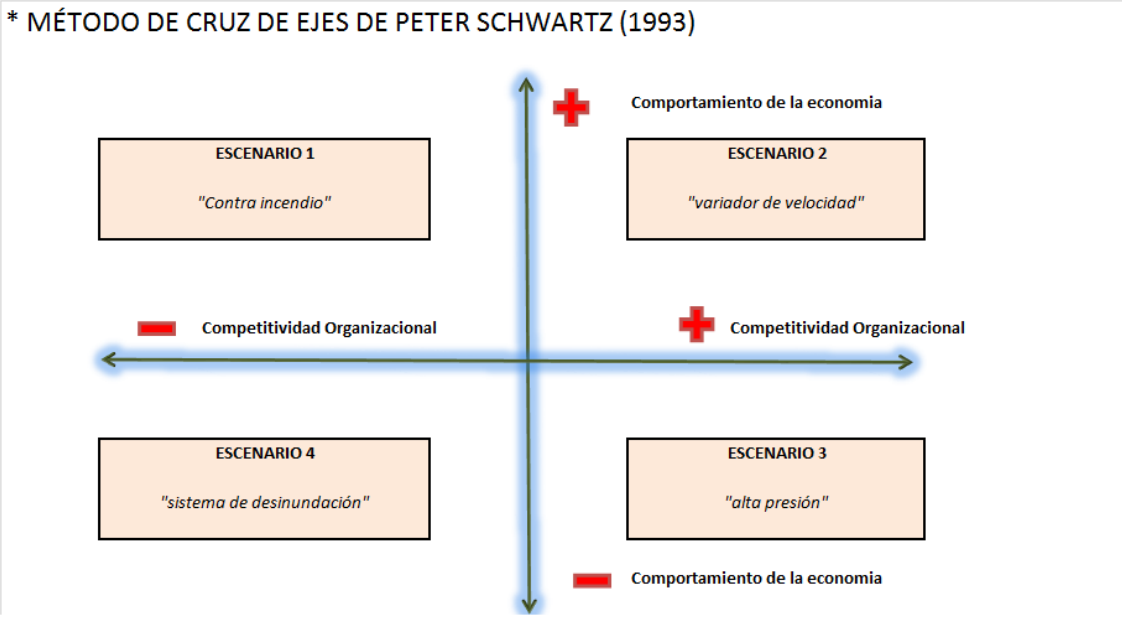
VARIABLES ESTRATEGICAS
Comportamiento del mercado internacional
normas de calidad de los productos
Desarrollo economico nacional
Planes de ordenamiento territorial y zonas francas
Precios regulados por el mercado
Inflacion de la economia
altos costes de importacion
Sistematizacion de la produccion
Reingenieria de procesos
Administracion de recusos financieros
busqueda de nuevos mecados
Alianzas estrategicas
mix de mercado
Manejo de inventarios
Evaluacion de direccionamiento

	7
	8

VARIABLES ESTRATEGICAS	DIRECCIONADORES O VECTORES DEL FUTURO
Comportamiento del mercado internacional	Comportamiento de la Economia
Desarrollo economico nacional	
Planes de ordenamiento territorial y zonas francas	
Precios regulados por el mercado	
Inflacion de la economia	
altos costes de importacion	
Alianzas estrategicas	
normas de calidad de los productos	Competitividad Organizacional
Sistematizacion de la produccion	
Reingenieria de procesos	
Administracion de recusos financieros	
busqueda de nuevos mecados	
mix de mercado	
Manejo de inventarios	
Evaluacion de direccionamiento	

Fuente creación propia

Ilustración 7: cruz ejes de Peter Schwartz



Fuente creación propia

- ESCENARIO 1 "contra incendio" escenario uno, el objetivo principal es el fortalecimiento y crecimiento de la economía con base en todas las posibles situaciones que presente el entorno, en particular en todo lo relacionado al sector de la construcción y de la industria, por lo que se refiere a que toda aquella construcción, edificación residencial o de la industria requiere de un equipo de bombeo y esto agudiza el crecimiento de las empresas prestadoras de servicios de instalación y de suministro de equipos, sin embargo el posicionamiento de la empresa logra alcanzar metas propuestas, en otras palabras a causa de la globalización y la expansión del territorio se puede aprovechar para generar mayores ingresos.

- ESCENARIO 2 " variador de velocidad" la economía es cambiante y tendrá un escenario relacionado con el número uno, sin embargo la organización está más centrada, con una visión más clara, en la cual sus directivos están más enfocados en la perspectiva a futuro de la compañía, trabajando en colaboración y estudiara el mercado de una manera más atenta, mejorando los procesos, generando acciones para minimizar los costos de operación, generando un valor agregado a cada proceso interno y externo en el cual tenga presencia y en los escenarios idóneos de negociación, así mismo generando una mejora continua en los procesos y estipulando unas políticas claras en los factores administrativos, legales, financieros, que permitan un mejor control de inventarios, alcanzando un estándar alto de calidad y cumplimiento, y los productos serán más competitivos y se posicionara mejor la marca a nivel global.

- ESCENARIO 3 "alta presión" en este escenario la organización tendrá un crecimiento reducido, dicho de otra manera la empresa deberá fortalecer su marca y la orientación será más clara, buscando organizar y aumentar sus esfuerzos con base en la mirada hacia futuro y por la cual los procesos internos estarán sujetos a la normatividad legal, cumpliendo con los requerimientos establecidos para los procesos, además de todo se tendrá un riguroso manejo de los inventarios, y en el cual se deberá ajustar la cartera lo más posible, por lo que lo llevara a competir con precios bajos y ajustando las estrategias a medida que las alianzas comerciales van dando sus frutos.

- ESCENARIO 4 "sistema de des inundación" en este escenario, la organización decae, no tendrá una visión real, no será objetivo, sus

directivos no tendrán iniciativa, y las tendencias poco favorables de cambio en el sector construcción de industria, se evidenciará un factor poco probable de cambio y dentro de ese marco generar recortes de presupuesto y estará en un proceso de deudas que generará la liquidación inminente de la compañía.

ESCENARIO APUESTA

El escenario apuesta es ESCENARIO 2 " variador de velocidad" la economía es cambiante y tendrá un escenario relacionado con el número uno, sin embargo la organización está más centrada, con una visión más clara, en la cual sus directivos están más enfocados el perspectiva a futuro de la compañía, trabajando en colaboración y estudiara el mercado de una manera más atenta, mejorando los procesos, generando acciones para minimizar los costos de operación, generando un valor agregado a cada proceso interno y externo en el cual tenga presencia y en los escenarios idóneos de negociación, así mismo generando una mejora continua en los procesos y estipulando unas políticas claras en los factores administrativos, legales, financieros, que permitan un mejor control de inventarios, alcanzando un estándar alto de calidad y cumplimiento, y los productos serán más competitivos y se posicionara mejor la marca a nivel global.

Este escenario es elegido por su viabilidad en generar un crecimiento y expansión global, presentando de esta forma un proceso de mejora continua y evolución periódica**.**

10.8 MATRIZ DOFA

Tabla 35: matriz DOFA

ANALISIS EXTERNO / ANALISIS INTERNO	**OPORTUNIDADES**	**AMENAZAS**
	1. comportamiento de monedas internacionales 2.crecimiento economico del sector industrial 3. plan de desarrollo municipal 4. posicionamiento en navegadores web 5. presencia en redes sociales 6.eliminacion de barreras comerciales - globalizacion 7. desarrollo industrial 8. amplio margen poblacional en municipios aledaños 9. expansión global de la industria 10. crecimiento del mercado 11. investigacion y desarrollo 12. comportamiento de la demanda con tendencia al consumismo 13. certificacion en sistemas de calidad	1. saturacion del mercado 2. inflacion para el productor 3. precio regulado por el mercado 4. incursion en el mercado de productos 5.fusion y absorcion de empresas en pro del sector
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS (FO) Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades**	**ESTRATEGIAS (FA) Usar las fortalezas para evitar las amenazas**
1. FUNCIONALIDAD DE LA ESTRUCTURA 2. EVALUACIÓN DE LA DIRECCIÓN 3. TOMA DE DECISIONES 4.CONTROL DE GESTIÓN 5. UTILIDAD DE LOS PLANES 6. FRECUENCIA DE EVALUACIÓN 7. SEGUIMIENTO A LOS RESULTADOS DE LA EVALUACION 8. EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN - PARTICIPACIÓN 9. PERSPECTIVA DEL CLIENTE 10. ATENCION AL CLIENTE 11. CALIDAD DEL PRODUCTO 12. FACTOR CRITICO DE ÉXITO 12. VALIDEZ DE LA INFORMACION CONTABLE 13. INTERPRETACION DE LA INFORMACION FINANCIERA 14. ESTADOS FINANCIEROS 15. CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO 16. ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS 17. SEGUIMIENTO AL PLAN DE COMPRAS 17. EJECUCION DEL FLUJO DE EFECTIVO 18. ADMINISTRACION DE CUENTAS POR PAGAR 19. PROYECCION TECNOLOGICA 20. DIRECCIONAMIENTO TECNOLOGICO 21. ADMINISTRACION DE RECURSOS FINANCIEROS 21. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 22. INVESTIGACION TECNOLOGICA 23. MEDIOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL	*Desarrollo de nuevos canales ciberneticos que permitan incursion y posicionamiento global* *Diversificacion de campañas publicitarias que estimulen la demanda* *Capacitacion y desarrollo del personal logrando maximizar la efectividad laboral*	*Fuerza de ventas a nivel nacional e internacional que generen mayor competitividad y posicionamiento* *Investigacion global de nuevas materias primas que generen sustitucion y minimizacion de costos- procesos internos - nico* *Modernizacion en el proceso de selección de personal que garantice la buena gestion proceso a*
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS (DO) Seperar las debilidades aprovechando las oportunidades**	**ESTRATEGIAS (DA) Reducir las debilidades y evitar las amenzas**
1. Ineficacia presupuestal 2. control inadecuado del presupuesto 3. Ineficiente control de materias primas 4. Control nulo de inventarios	*Implementacion de un software que genere control de inventarios*	*Elaboracion de presupuestos por area que permita maximizar sus utilidades*

Fuente: creación propia

ANALISIS

En esta matriz se ha evaluado las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas que la empresa en este momento tiene, para esto se ha dado unas estrategias las cuales se deben utilizar para aprovechar las oportunidades, evitar las amenazas superar y reducir las debilidades.

Una debilidad de la empresa es que por falta de planeación y control presenta fallas en el manejo de los inventarios lo que evita que pueda realizar sus funciones correctamente, pero con el tiempo se espera que esta situación mejore. Una fortaleza importante es la confianza que ha ido logrando con los clientes ya que las ventas a nivel nacional han aumentado con la idea de expandirse internacionalmente.

Por ultimo evitar las amenazas por medios de investigación de desarrollo y crecimiento sostenible, investigaciones de mercadeo y tecnología para estar a la vanguardia.

Además de colocar en práctica las estrategias más significativas aquellas que son ofensivas y de adaptación serán las más aplicadas ya que ayudarán a obtener ventajas más competitivas en el mercado.

10.9 MATRIZ DE CORRELACION

Tabla 36: matriz de correlación

MATRIZ DE CORRELACION

PERSPECT / PROYECTOS ESTRAEGICOS	PERSPECTIVA FINANCIERA	PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS	PERPECTIVA DE MERCADO	PERSPECTIVA DEL CLIENTE
fortalecer la fuerza de ventas para que generen mayor competitividad y	x		x	x
Implementar un software para el control de inventarios	x	x		
Elaboracion de presupuestos por area que permita maximizar sus	x	x		
capacitacion y desarrollo del personal logrando maximizar la	x		x	
Actualización del proceso de selección de personal que garantice		x	x	
incursion en nuevos canales de comunicación virtual (T.I.C) (redes	x	x	x	x
Diversificacion de campañas publicitarias que hagan reconocer	x	x	x	x
alianzas estrategicas de competitividad	x	x	x	x
la estrategia al comparar estas evidencias, identifican una relación en cuanto a la corelación de las perspectivas con respecto a mejoras de tipo				

Fuente creación propia

11 PLANES DE ACCION

De acuerdo a la información obtenida durante el diagnostico hemos planteado las siguientes estrategias, con el fin de que contribuyan al mejoramiento continuo de la empresa y solucione los problemas de factibilidad financiera y técnica aumentando el nivel de ventas de las Bombas Hidráulicas Centrifugas. Cada estrategia se ha planteado un plan de acción para que logre con los objetivos de la estrategia poder implementar en la empresa y también se plantean los cuadros de control que evidencia el seguimiento para cada estrategia y como medir el buen funcionamiento e implementa.

Estrategia 1: Fuerza de ventas a nivel nacional que generen mayor competitividad y posicionamiento esa una estrategia enfocada en el mercadeo

Estrategia 2: Implementar un software para el control de inventarios, ayudara en los procesos internos de la compañía

Estrategia 3: Elaboración de presupuestos por área que permita maximizar sus utilidades, contribuirá a mejorar la factibilidad financiera

Estrategia 4: capacitación y desarrollo del personal logrando maximizar la efectividad laboral, apoyara al buen funcionamiento de la empresa y mejorar significativa el talento humano

Estrategia 5: mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal garantizando la definición de los perfiles y el cumplimiento de las competencias para el desempeño dentro de la organización, ayudara a retener y mantener al mejor personal para contribuir con mejores resultados a la empresa

Estrategia 6: Diversificación de campañas innovando en los sistemas de ventas y distribución que estimulen la demanda, contribuirá en las ventas obteniendo mejores resultados

Estrategia 7: Diversificación de productos y alianza estratégica con proveedores posicionados en el mercado, apoyara al crecimiento de las ventas logrando disminuir costos y aumentando el portafolio.

Tabla 37: plan de acción 1. Incremento de las ventas

Perspectiva:	Mercado						
Estrategia:	Fuerza de ventas a nivel nacional que generen mayor competitividad y posicionamiento						
Objetivo estratégico:	Incrementar un 30% de presencia de Soluciones Hidraulicas Omega a nivel nacioanl durante los periodos 2019 y 2023						
Meta:	Por medio de la contratacion de nuevos vendedores aumentar las ventas en un 30%						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
Ampliar el equipo comercial generando mayor pocisionamiento y recordacion de marca	Gestion comercial	Programas de Gestion comercial que representes de manera adecuada la recordacion de la marca	Por medio del area de recurso humano solicitar, seleccionar y contratar a 3 vendedores distribuidos en todas las zonas de la pais, generar impacto de forma virtual con el animo de eliminar fronteras, Capacitar al personal e iniciar con su periodo de prueba, Evaluar periodo de prueba.	Direccion Comercial	3 años	$ 15.000.000	Seguimiento al cronograma de actividades propuestas

Fuente: creación propia

Perspectiva	Procesos Internos						
Estrategia:	Implementar un software para el control de inventarios						
Objetivo estratégico:	minimizar los reprocesos en las instalaciones para reducir costos						
Meta:	actualizacion de manejo de inventarios, mediante un software especifico y que ayude a tener control de materias primas, ingresos y salidas de material						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
Implementar control de inventarios sistematizado	Plan de control interno	Programa de acceso, mantenimiento y control de proyectos	Realizar acercamiento y contratacion de programa elaborado con base a las necesidades detectadas en el organización, Implementar Software, actualizarle y trasferirle toda la informacion que haga referecia al mismo	Gerencia General	3 años	18.000.000	validar el proceso del software, con pruebas recurrentes de entradas y salidas

Tabla 38: plan de acción 2. Implementación de software

Fuente: creación propia

Perspectiva	Financiera						
Estrategia:	Elaboracion de presupuestos por area que permita maximizar sus utilidades						
Objetivo estratégico:	Elaborar presupuestos según el area y maximizar beneficios de un 10%durante el año en curso y el siguiente						
Meta:	Genenar compromisos de ventas por zonas durante los siguientes años						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
Por medio de la Gestion comercial elaborar presuspuestos que evidencien una proyeccion al alza de ventas	Gestion Comercial	Programa de Compromiso en ventas	Elaborar presupuesto de ventas por zona y darlo a conocer al area encaragada, informar al personal y hacer compromisos,luego hacer seguimiento y evaluar	Direccion Comercial	5 años	2.000.000	Evaluacion y verificacion de las actividades planeadas y resultados obtenidos

Tabla 39: plan de acción 3. Maximización de utilidades

Fuente: creación propia

Perspectiva:	gestion humana						
Estrategia:	capacitacion y desarrollo del personal logrando maximizar la efectividad laboral						
Objetivo estratégico:	disponer al personal para la ejecucion de las tareas de la organización incrementando la productividad, tiempos de respuesta y calidad del trabajo realizado						
Meta:	Optimizar el conocimiento del puesto de trabajo, en todos los niveles de acuerdo con los objetivos de la organización, transfiriendo el conocimiento y las buenas prácticas laborales, para que se reflejen en los ingresos						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
Aumentar la inversión en la capacitación y desarrollo del personal para optimizar las labores realizadas, aumentando los conocimientos y destrezas logrando maximizar la efectividad laboral, contribuyendo al sentido de pertenencia de la organización	Plan Estratégico de capacitacion y desarrollo	Programas de gestion de talento humano basado en la formacion y orientacion a todos los niveles	capacitacion retencion y sustiticion del personal que conforma la organización , compromiso con el recurso humano como activo mas importante, programas para capacitacion y desarrollo aumentando el potencial del empleado.	gerencia general con el apoyo de recursos humanos	5 años	el presupuesto para este programa será proporcional a los puestos de trabajo y a el nivel de competencias desarrollado por cada colaborador.	Establecer un cronograma con fechas de capacitación y Valoración formativa en cada una de las formaciones con el personal participante según el cronograma planteado

Tabla 40: plan de acción 4. Capacitación y desarrollo del personal

Fuente creación propia

Tabla 41: plan de acción 5. Mejorar el reclutamiento

Perspectiva	gestion humana						
Estrategia:	mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal garantizando la definición de los perfiles y el cumplimiento de las competencias para el desempeño dentro de la organización .						
Objetivo estratégico:	hacer una selección personal competente y capacitado, con el objeto de garantizar su desempeño dentro de la organización.						
Meta:	Garantizar el proceso de reclutamiento y selección de personal de acuerdo los perfiles establecidos y el cumplimiento de las competencias para el desempeño						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal garantizando la definicion de los perfiles y el cumplimiento de las competencias para el desempeño dentro de la organización .	Plan de mejora en el proceso de selección y reclutamiento de personal	Alianza con prestadoras de servicio de reclutamiento de personal	contratacion atraves de procesos que involucren la definicion del perfil del postulante asi como de las competencias,conocimientos, experincias habilidades y destrezas que posea, selección correcta de personal con la capacidad para trabajar en equipo con metas y deseos de supeacion.	gerencia general recursos humanos	5 años	15% del presupuesto para el mejoramiento del departamento de gestión humana aprobado por gerencia general	Revisión de los planes de mejoramiento por medio de intervenciones evaluativas que garanticen la veracidad de la implementación de la estrategia

Fuente: creación propia

Tabla 42: plan de acción 6. Diversificación de campañas publicitarias

Perspectiva	Mercado						
Estrategia:	Diversificacion de campañas innovando en los sistemas de ventas y distribucion que estimulen la demanda						
Objetivo estratégico:	Incrementar las ventas y la competitividad con empresas del sector.						
Meta:	Incrementar las ventas y el reconocimento en un 30%.						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
fortalecimiento de las ventas basados en la innovacion y la competitividad en la organización.	Plan de Innovación en la estrategia de acceso a esos mercados	mejorar tiempos de entrega y aumentar la pubilicidad con pautas ingeniosas e innovadoras.	diversificar las campañas publicitarias en medios informativos como lo son la radio la television, creacion de canal de youtube el cual permitiria mostrar con mas claridad la organización, la calidad de sus productos, formas de uso adecuado y como se realiza una instalación.	Gerencia, Departamento de ventas	un año	$10.000.000	Cronograma de pautas publicitarias

Fuente: creación propia

Tabla 43: plan de acción 7. Alianzas con proveedores

Perspectiva	Procesos internos						
Estrategia:	Diversificación de productos y alianza estratégica con proveedores posicionados en el mercado						
Objetivo estratégico:	Lograr alianzas con proveedores y empresas mejor posicionadas que apunten a una mayor integración de las empresas del sector y la minimizacion de costos						
Meta:	Lograr por lo menos un 5% en alianzas con proveedores y empresas posicionadas del sector						
Proyectos	**Planes**	**Programas**	**Actividades y Acciones**	**Responsable**	**Duración**	**Presupuesto**	**Plan de seguimiento**
generar alianzas estratégicas , logrando la asociatividad con un grupo de empresas posicionadas en el mercado .	Plan Estratégico de Competitividad	Programa de Alianzas Estratégicas	asistir e integrarse en las ferias de agroexpo y expoconstrucción, para hacer apertura a mas mercados, ya que estas ferias se reune todo el sector de construcción e industria a nivel nacional	Empresas del sector encabeza de soluciones hidraulicas omega	Depende del tipo de alianzas y lo complejo de implementar los acuerdos empresariales	con base en la experiencia los acuerdos multilaterales generan un 10% de negociacion	Verificación de los planes programados y su desarrollo en el tiempo

Fuente creación propia

CUADROS DE CONTROL

Tabla 44: Cuadro de control del plan de acción 1. Incremento de las ventas

Proyectos estratégicos:	crecer en un 30% la presencia de SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA a nivel macro para los periodos 2019-2023		
Estrategia:	fortalecer la fuerza de ventas como seguimiento de esta actividad y mejorar el posicionamiento		
Responsables:	gerencia Comercial		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
con el obejto de lograr posicionar mejor la empresa,fortalecer el area de ventas con la contratacion de 4 vendedores, para lograr con esta finalidad que se genere mayor cobertura y mejor competitividad.	crecer en un 30% la presencia de SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA a nivel macro para los periodos 2019-2023	1. PTM= ventas totales de la empresa en la categoria/Ventas totales de la competencia y la empresa en la categoria 2. IRC = Total clientes periodo 1 +1/total clientes periodo 1	Trimestral

Fuente creación propia

Tabla 45: cuadro de control del plan de acción 2. Implementación de software

Proyectos estratégicos:	ajustar control de inventarios sistematizado		
Estrategia:	Implementar un software para el control de inventarios		
Responsables:	Gerencia General		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
validar la compra y aplicacion de un software interactivo en el cual se pueda cargar y descargar la informacion relacionada con los inventarios	actualizacion de manejo de inventarios, mediante un software especifico y que ayude a tener control de materias primas, ingresos y salidas de material	Indice de desperdicios= total desperdicios/total produccion Indice de produccion = Total produccion realizada/Total produccion planeada	Mensual

Fuente: creación propia

Tabla 46: cuadro de control del plan de acción 3. Maximización de utilidades

Proyectos estratégicos:	Gestion comercial para elaborar preesuspuestos que evidencien una proyeccion y crecimiento en ventas		
Estrategia:	Elaboracion de presupuestos por area que permita maximizar sus utilidades		
Responsables:	Gerencia Comercial		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
Elaborar presupuesto de ventas por zona y darlo a conocer al area encaragada, dar al personal y hacer firmar para su compromiso, hacer seguimiento y evaluar	Genenar compromisos de ventas por zonas durante el año en curso y 2018	EC= Ventas ejecutadas/ ventas presupuestadas PC= Ventas netas/ ventas presupuestadas	mensual

Fuente creación propia

Tabla 47: cuadro de control del plan de acción 4. Capacitación y desarrollo del personal

Proyectos estratégicos:	mayor inversion en la capacitacion y desarrollo del personal que involucre sus habilidades , conocimientos y destrezas logrando maximizar la efectividad laboral contribuyendo con el desempeño y compromiso de la organización .		
Estrategia:	capacitacion y desarrollo del personal logrando maximizar la efectividad laboral		
Responsables:	La alta gerencia con el apoyo de recursos humanos		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
capacitacion retencion y sustiticion del personal que conforma la organización , compromiso con el recurso humano como activo mas importante, programas para capacitacion y desarrollo aumentando el potencial del empleado.	mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles deacuerdo con los objetivos de la organización, conduciendo a una retantabilidad mas alta y actitudes mas positivas	(CAPACITACION = TOTAL DE HORAS CAPACITACION EN EL PERIODO/TOTAL DE HORAS CONTRATADAS EN EL PERIODO)	mensual

Fuente creación propia

Tabla 48: cuadro de control del plan de acción 5. Mejorar el reclutamiento

Proyectos estratégicos:	mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal garantizando la definicion de los perfiles y el cumplimiento de las competencias para el desempeño dentro de la organización .		
Estrategia:	Actualización del proceso de selección de personal que garantice una adecuada selección		
Responsables:	alta gerencia y recursos humanos		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
contratacion responsable a traves de excelente manejode oersonal y una busque de buen clima organizacional y brindar empleo en las mejores condiciones	crecimiento personal y fortalecimiento de la empresa	evaluar la efectividad del departamento de talento humano para proveer de personal idoneo a la organización (INDICE DE ROTACION DE PERSONAL= BAJAS/NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS)	mensual

Fuente: creación propia

Tabla 49: cuadro de control del plan de acción 6. Diversificación de campañas publicitarias

Proyectos estratégicos:	mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal garantizando la definicion de los perfiles y el cumplimiento de las competencias para el desempeño dentro de la organización .		
Estrategia:	Actualización del proceso de selección de personal que garantice una adecuada selección		
Responsables:	alta gerencia y recursos humanos		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
contratacion responsable a traves de excelente manejo del personal y una busqueda de un buen clima organizacional brindando empleo con mejores condiciones	crecimiento personal y fortalecimiento de la empresa	evaluar la efectividad del departamento de talento humano para proveer de personal idoneo a la organización (INDICE DE ROTACION DE PERSONAL= BAJAS/NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS)	mensual

Fuente: creación propia

Tabla 50. Cuadro de control plan de acción 7. Alianzas con proveedores

Proyectos estratégicos:	mediante alianzas estrategicas , lograrando la asociatividad de un grupo de empresas internacionales para fortalecer el		
Estrategia:	Acuerdo sectoriales de competitividad		
Responsables:	Empresas del sector en cabeza de Soluciones Hidraulicas Omega		
Actividades y Acciones	**Meta**	**Indicadores de Gestión**	**Periodicidad**
asistir e integrarse a las ferias de agroexpo y expoconstrucción, para hacer apertura a mas mercados, ya que estas ferias se reune todo el sector de construcción e industria a nivel nacional	Lograr mínimo un 20% en alianzas con proveedores y empresas posicionadas del sector	PTM =Ventas totales de la empresa en la categoria/ventas totales de la competencia y la empresa en la categoria	Anual

Fuente creación propia

12 RECURSOS

PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.
2019.2023

Fecha de Inicio	8 de agosot0 de 2018
Fecha de finalización	17 de noviembre 2018
Facultad responsable	facultad de ciencias administrativas economicas y contables
Investigador responsable	
Presupuesto realizado para	6 meses

Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación.

GASTO DE PERSONAL

Investigador	Función dentro del proyecto	Dedicación (horas semanales)	Número de meses	Valor hora	FASE I (Periodo de tiempo semestral)	FASE II (Periodo de tiempo semestral)	FASE III (Periodo de tiempo semestral)	VALOR TOTAL		
								Universidad	Cofinancia.1	Cofinancia.2
LAURA CHITIVA		5	6	5.000	5.000	5.000	5.000	15.000		
YULIAN BOHORQUEZ		5	6	5.000	5.000	5.000	5.000	15.000		
TOTAL					**10.000**	**10.000**	**10.000**	**30.000**	**-**	**-**

GASTO DE VIAJES NACIONALES E INTENACIONALES

Lugar /No. de viajes	Justificación	Pasajes (ida y regreso)	Viáticos #días)	Estadía (por #días)	FASE I (Periodo de tiempo semestral)	FASE II (Periodo de tiempo semestral)	FASE III (Periodo de tiempo semestral)	VALOR TOTAL		
Viaje nacional								**Universidad**	**Cofinancia.1**	**Cofinancia.2**
FACATATIVA-BOGOTA		15.000	7.000	-	7.000		7.000	14.000		
FACATATIVA-BOGOTA		15.000	7.000	-	7.000		7.000	14.000		
TOTAL		**30.000**	**14.000**	**-**	**14.000**	**-**	**14.000**	**58.000**		

OTROS GASTOS DIVERSOS

Rubro	Descripción	FASE I (Periodo de	FASE II (Periodo de tiempo	FASE III (Periodo de tiempo	VALOR TOTAL		
					Universidad	Cofinancia.1	Cofinancia.2
Papelería y fotocopias		5.000		5.000	10.000		
TOTAL		**5.000**	**-**	**5.000**	**10.000**	**-**	**-**

Fuente: creación propia

13 IMPACTO SOCIAL

Los impactos que este trabajo ocasiona son:

El impacto económico, el cual consiste en aumentar sus ventas y disminuir los costos, al aumentar sus ventas esto genera un impacto positivo a la región donde se ubica ya que esto generar más empleo y también esto aumentara su riqueza permitiendo que contribuya más al estado con los impuestos y esto a su vez sea usado para beneficiar a la sociedad.

El impacto cultural, ya que, con él, la implementación de las estrategias propuestas esto permitirá que dentro y fuera de la organización se mantenga una mejor cultura organizacional que contribuya al desarrollo de las actividades y mejore la comunicación con los stakeholders.

El impacto puede verse reflejado también en la satisfacción de los clientes a través de la mejora del producto y la calidad del mismo y de igual manera mejorar la calidad de vida de las personas que estén relacionadas con la empresa porque si la empresa aumenta sus utilidades las remuneraciones serán mayores, ya que cuando la empresa crece, lo ideal sería que su personal también lo haga.

CONCLUSIONES

Finalmente, luego de analizar la situación actual de la empresa SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA SAS, mediante la elaboración de un diagnóstico organizacional fue posible la elaboración de unos planes de acción para fortalecer el desempeño y el aprovechamiento de oportunidades, con el fin de hacerla más competitiva en el mercado nacional y mejorar los problemas financieros y técnicos.

La identificación del entorno y el interior de la empresa permitió reconocer las debilidades y fortalezas además de las oportunidades y amenazas que le ofrece el mercado actual y con esto plantear estrategias que permitirán que se aprovechen mejor las oportunidades y maximizar las fortalezas y de igual manera disminuir las debilidades y amenazas.

Cabe destacar que la empresa tiene varios problemas con el control interno de las funciones ya que por ser una empresa aún muy joven no tiene los lineamientos específicos de constitución es por eso que no poseen las herramientas para llevar un control por lo cual no se sabía el horizonte de la organización y con ayuda de la planeación estratégica y el diagnostico estos inconvenientes ya no estarán.

Se evidencia la importancia y relevancia que tiene el desarrollo de un plan estratégico dentro de la organización.

La aplicación de los conocimientos adquiridos en la carrera nos permitió evaluar las diversas situaciones a las que se enfrenta una empresa todos los días y de igual manera la importancia que tiene que se establezcan las normas y el control en todas las organizaciones ya que “el desorden y falta de organización lo único que dejan son perdidas”

A nivel financiero actualmente la empresa es estable ya que la asociación que posee en el sector le ha atraído beneficios mayormente financieros porque las ventas han aumentado considerablemente y el control de las funciones administrativas ha mejorado.

La empresa no contaba con la estructura organizacional ni la cultura organizacional es por eso que a través del desarrollo de este trabajo se han propuestos los objetivos, misión, visión, principios, políticas y planes estratégicos para que a los directivos le sea más fácil la identificación de los factores más importantes en el desarrollo de su actividad y se puedan hacer proyecciones a largo plazo.

La planeación estratégica será la mejor opción que deben colocar en práctica los directivos ya que con esta le permite evaluar sus posibilidades e identificar cual es la ruta que lo llevara al éxito en el desarrollo de cada una de las estrategias que se planteen en el futuro.

La capacidad competitiva de la empresa está enfocada en el desarrollo e innovación de las bombas hidráulicas que les ha permitido tener un amplio mercado y con las estrategias propuestas y los planes de acción se lograra aumentar las ventas.

En este trabajo se denota la importancia de la elaboración de estrategias y planes que permitan a la organización aumentar la efectividad y eficiencia dentro y fuera de la organización, una empresa competitiva actualmente debe tener el control sobre el entorno y sobre todo lo que pasa dentro de la empresa, por eso es importante que los directivos estén pendiente de los cambios que va teniendo la empresa sin importar si son drásticos o no y de esta manera puedan ejercer un mejor control, ya que muchos gerentes evitan revisar el desarrollo de los procesos y desconocen los cambios, ya que no tienen en cuenta todos los factores que afectan a la empresa, y sin direccionamiento esto será aún más complicado de detectar por eso es importante tener control dentro y fuera de la organización.

RECOMENDACIONES

SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S es una empresa comercializadora, por lo que carece de experiencia en la producción de Bombas Hidráulicas, se recomienda crear alianzas comerciales con aliados estratégicos para que de esta forma se pueda mejorar el proceso comercialización.

Se recomienda realizar inversión en herramientas tecnológicas que permitan desarrollar las competencias en el mercado de comercialización de Bombas Hidráulicas.

Ampliar la línea de Bombas Hidráulicas con productos de diferente potencia, con el fin de aprovechar la capacidad de venta.

Se recomienda que el componente importado de las Bombas Hidráulicas, se ajuste a los procedimientos exigidos actualmente para la adquisición.

Realizar un estudio de mercado orientado a evaluar la demanda potencial insatisfecha del mercado y de esta forma evaluar si es necesaria una inversión adicional.

Utilización de componentes que mejoren el diseño de las piezas y la funcionalidad de las Bombas Hidráulicas.

Se recomienda subdividir el almacén en dos áreas, una para el almacenaje de materia prima y otra para el almacenaje de producto terminado, con el fin de generar inventarios adecuados y economizar costos en la compra de racks.

Se recomienda proveer iluminación acorde a todo el espacio utilizado, para la obtención de un desempeño visual y eficiente del área de trabajo.

Se recomienda que las instalaciones cumplan con los estándares de higiene y seguridad.

14 BIBLIOGRAFIA

ANIEL.ES. TIC para la industria (2018) [en línea] http://www.aniel.es/tic-para-la-industria/

ARTURO. Ventaja competitiva. Crece negocios [en línea], disponible en internet: https://www.crecenegocios.com/author/crece-negocios/

BANGUAT (2016) [en línea]

https://www.banguat.gob.gt/Publica/Comunica/eva_pol_mon_nov2016.pdf

CONGRESO DE LA REPUBLICA (2010) Informe de la junta directiva [en línea] http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijd_mar_2010.pdf

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION (2014-2018) Disponible en: https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Plan%20de%20Acci%C3%B3n/PLAN%20NACIONAL%20DE%20DESARROLLO%202014%20%202018%20TODOS%20POR%20UN%20NUEVO%20PAIS.pdf

DUMORNE, Kelly. Diagnostico económico-financiero y planificación estratégica. En eumed.net [en línea] ,09 de septiembre de 2018. Disponible en internet: http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/#indice

EL ESPECTADOR (17 de abril 2018) [en línea] https://www.elespectador.com/economia/la-economia-global-esta-saludable-y-latinoamerica-se-recupera-segun-el-fmi-articulo-750499

FERNANDEZ R. Andrés. Manual del consultor de dirección, Díaz de santos. 2008. p183

GIRALDO PORTO, Adriana [en línea] fluidos http://fluidos.eia.edu.co/hidraulica/articuloses/historia/historiadelahidraulica/historiadelahidraulica.html

INFORMATICAFCAUCE. Diagnostico estratégico. Slideshare [en línea], 09 de septiembre de 2018 disponible en: https://www.slideshare.net/informaticafcauce/diagnostico-estrategico

LIC. MEZA, Adriana y Lic. CARBALLEDA, Patricia. El diagnostico organizacional; elementos, métodos y técnicas. Campus virtual [en línea], 09 de septiembre de 2018 disponible en internet: file:///C:/Users/laura%20chitiva/Downloads/20.pdf

MENDEZ A, Carlos E. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: McGraw Hill: 2003. P-134

NAZIFH, luna. LAS 10 Empresas más innovadoras del mundo. REVISTA FORBES (2015). Disponible en: https://www.forbes.com.mx/las-10-empresas-mas-innovadoras-del-mundo-2/

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC-ISO 14001 (Segunda actualización) Tomado de https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

PACHECO, José. Proceso de toma de decisiones en las organizaciones: racional e intuitivo. Heflo [en línea] ,09 septiembre de 2018 disponible en internet: https://www.heflo.com/es/blog/gestion-de-empresas/toma-de-decisiones/

PERDOMO, A Moreno. Elementos Básicos Administración Financiera. Ecafsa. Pag4

PIMENTEL, Luis. Introducción al concepto de la planeación estratégica. Unipamplona [en línea], de 2018 disponible en internet: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf

PRESIDENCIA DE LA RE´PUBLICA. (2016) Comunicado de prensa nuevo plan de infraestructura en Colombia http://es.presidencia.gov.co/noticia/161125-Presidente-Santos-proyecta-nuevo-plan-de-Infraestructura-para-Colombia SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO disponible en: http://www.sic.gov.co/decretos-lista?field_tipo_de_norma_value=2 www.sic.gov.co/

PRIETO H. Jorge. Gestión estratégica organizacional. Bogotá: eco ediciones. 2011. p 31-43

PORTO PEREZ, Julián y MERINO, María. Publicado: 2008. Actualizado: 2008. Definición de organización [en línea], disponible en internet: (https://definicion.de/organizacion/)

REVISTA DINERO (19 de enero de 2018) [en línea] https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/los-retos-de-crecimiento-de-la-economia-colombiana-en-2017/241063

REVISTA DINERO 28 DE SEPTIEMBRE 2018 [En línea] https://www.dinero.com/empresas/articulo/havaianas-casa-pedro-domecq-y-aon-en-actualidad-empresarial/263147

SERNA GOMEZ, Humberto. Planeación y gestión estratégica. Bogotá: Legis Editores. 2002. p-102

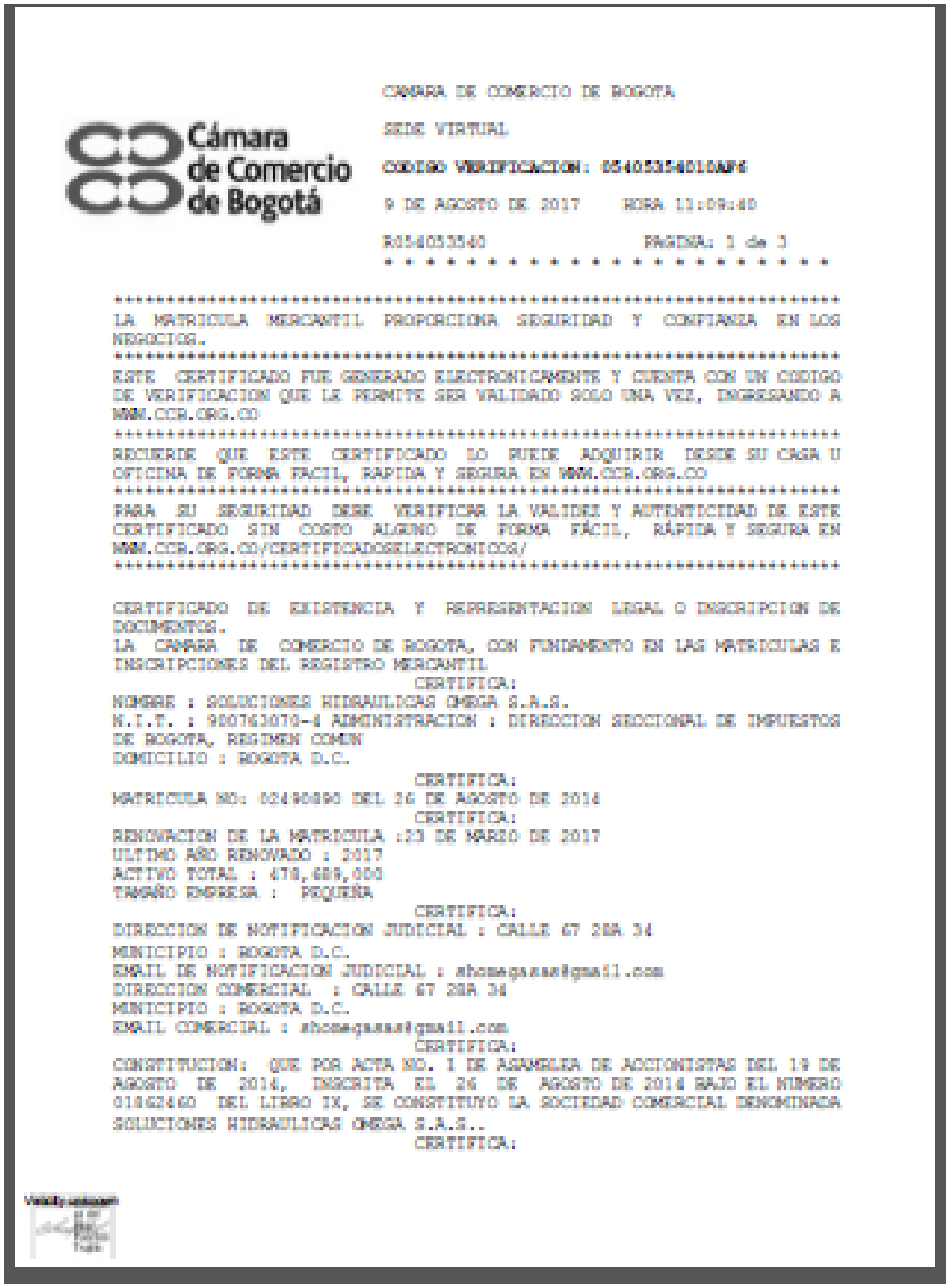
UNIVERSIDAD DISTRIATAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS Disponible en: https://www1.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/caracteristicas/

VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional. Evaluación Sistémica del desempeño empresarial en la era digital. Bogotá: Ecoe ediciones. 2005. 310 p.

VASQUEZ, francisco. Crecimiento y desarrollo con sostenibilidad ambiental (2009) [en línea] http://www.redalyc.org/html/510/51011904005

ANEXOS

CAMARA Y COMERCIO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CODIGO VERIFICACION: 0540535401DAF6

9 DE AGOSTO DE 2017 HORA 11:09:40

R0540535401 PAGINA: 1 de 3

* *

****

LA MATRICULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.

****

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRONICAMENTE Y CUENTA CON UN CODIGO DE VERIFICACION QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

****

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FACIL, RAPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

****

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS/

****

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.

N.I.T. : 900763070-4 ADMINISTRACION : DIRECCION SECCIONAL DE IMPUESTOS DE BOGOTA, REGIMEN COMUN

DOMICILIO : BOGOTA D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 02490890 DEL 26 DE AGOSTO DE 2014

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA :23 DE MARZO DE 2017

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017

ACTIVO TOTAL : 478,689,000

TAMAÑO EMPRESA : PEQUEÑA

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CALLE 67 28A 34

MUNICIPIO : BOGOTA D.C.

EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : shomegaaaa@gmail.com

DIRECCION COMERCIAL : CALLE 67 28A 34

MUNICIPIO : BOGOTA D.C.

EMAIL COMERCIAL : shomegaaaa@gmail.com

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR ACTA NO. 1 DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 19 DE AGOSTO DE 2014, INSCRITA EL 26 DE AGOSTO DE 2014 BAJO EL NUMERO 01862460 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S..

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE LA SOCIEDAD NO SE HALLA DISUELTA. DURACION HASTA EL 19 DE AGOSTO DE 2039

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ POR OBJETO, EL DESARROLLO DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES: A). LA COMPRA Y VENTA DE MAQUINARIA INDUSTRIAL. B). LA REALIZACIÓN DE ESTUDIOS TÉCNICOS. C). LA EJECUCIÓN DE OBRAS PARA EL ADECUAMIENTO DE MAQUINARIA. D). EL TRANSPORTE DE MAQUINARIA Y/O ACCESORIOS. E). LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS E INDUSTRIALES. F). LA PERFORACIÓN Y LIMPIEZA DE POZOS PROFUNDOS. G). LA IMPORTACIÓN DE MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA. H). LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MOTOBOMBAS Y ACCESORIOS HIDRÁULICOS PARA INCURSIONAR EN NUEVOS MERCADOS EXPANDIENDO ASÍ EL CAMPO DE TRABAJO DE LA COMPAÑÍA. PARA LA REALIZACIÓN DE SU OBJETO SOCIAL, LA COMPAÑÍA PODRÁ ADQUIRIR, USUFRUCTUAR, GRAVAR O LIMITAR, DAR O TOMAR EN ARRIENDO O A OTRO TÍTULO TODA CLASE DE BIENES MUEBLES Y/O INMUEBLES Y ENAJENARLOS CUANDO POR RAZONES DE NECESIDAD O CONVENIENCIA FUERA ACONSEJABLE, TOMAR DINERO EN MUTUO, DAR EN GARANTÍA LOS BIENES MUEBLES Y/O INMUEBLES Y CELEBRAR TODAS LAS OPERACIONES DE CRÉDITO QUE LE PERMITAN OBTENER LOS FONDOS O ACTIVOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA, CONSTITUIR COMPAÑÍAS FILIALES PARA EL ESTABLECIMIENTO Y EXPLOTACIÓN DE EMPRESAS DESTINADAS A LA REALIZACIÓN DE CUALQUIERA DE LAS ACTIVIDADES COMPRENDIDAS EN EL OBJETO SOCIAL Y TOMAR INTERESES COMO PARTICIPE O ACCIONISTA FUNDADORA O NO EN OTRAS EMPRESAS DE OBJETO SOCIAL ANÁLOGO O COMPLEMENTARIO AL SUYO; HACER APORTES EN DINERO, EN ESPECIE O EN SERVICIOS A ESAS EMPRESAS, ENAJENAR SUS CUOTAS O DERECHOS EN ELLAS, FUSIONARSE CON TALES EMPRESAS, ABSORBERLAS, ADQUIRIR PATENTES, NOMBRES COMERCIALES, MARCAS Y DEMÁS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, ADQUIRIR U OTORGAR CONCESIONES PARA SU EXPLOTACIÓN Y EN GENERAL CELEBRAR O EJECUTAR TODA CLASE DE CONTRATOS U OPERACIONES SOBRE BIENES MUEBLES E INMUEBLES DE CARÁCTER CIVIL O COMERCIAL QUE GUARDEN RELACIÓN DE MEDIO A FIN CON EL OBJETO SOCIAL EXPRESADO EN EL PRESENTE ARTÍCULO Y TODAS AQUELLAS QUE TENGAN COMO FINALIDAD EJERCER LOS DERECHOS Y CUMPLIR LAS OBLIGACIONES LEGALES O CONVENCIONALES DERIVADAS DE LA EXISTENCIA DE LAS ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA, TODAS LAS DEMÁS INHERENTES AL DESARROLLO DEL OBJETO SOCIAL. COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:
7110 [ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS DE CONSULTORIA TECNICA]
ACTIVIDAD SECUNDARIA:
4774 [COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS]

CERTIFICA:

CAPITAL:

** CAPITAL AUTORIZADO **

VALOR	: $12,000,000.00
NO. DE ACCIONES	: 3,000.00
VALOR NOMINAL	: $4,000.00

** CAPITAL SUSCRITO **

VALOR	: $12,000,000.00
NO. DE ACCIONES	: 3,000.00
VALOR NOMINAL	: $4,000.00

** CAPITAL PAGADO **

VALOR : $12,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 3,000.00
VALOR NOMINAL : $4,000.00

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD Y LA GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS SOCIALES ESTARÁN A CARGO DEL GERENTE, TENDRÁ SUPLENTE. EL SUPLENTE DEL GERENTE LO REEMPLAZARÁ EN SUS AUSENCIAS TEMPORALES Y ABSOLUTAS. EL SUPLENTE TENDRÁ LAS MISMAS ATRIBUCIONES QUE LA GERENTE CUANDO ENTRE A REEMPLAZARLO.

CERTIFICA:

** NOMBRAMIENTOS **

QUE POR ACTA NO. 1 DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 19 DE AGOSTO DE 2014, INSCRITA EL 26 DE AGOSTO DE 2014 BAJO EL NUMERO 01862440 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

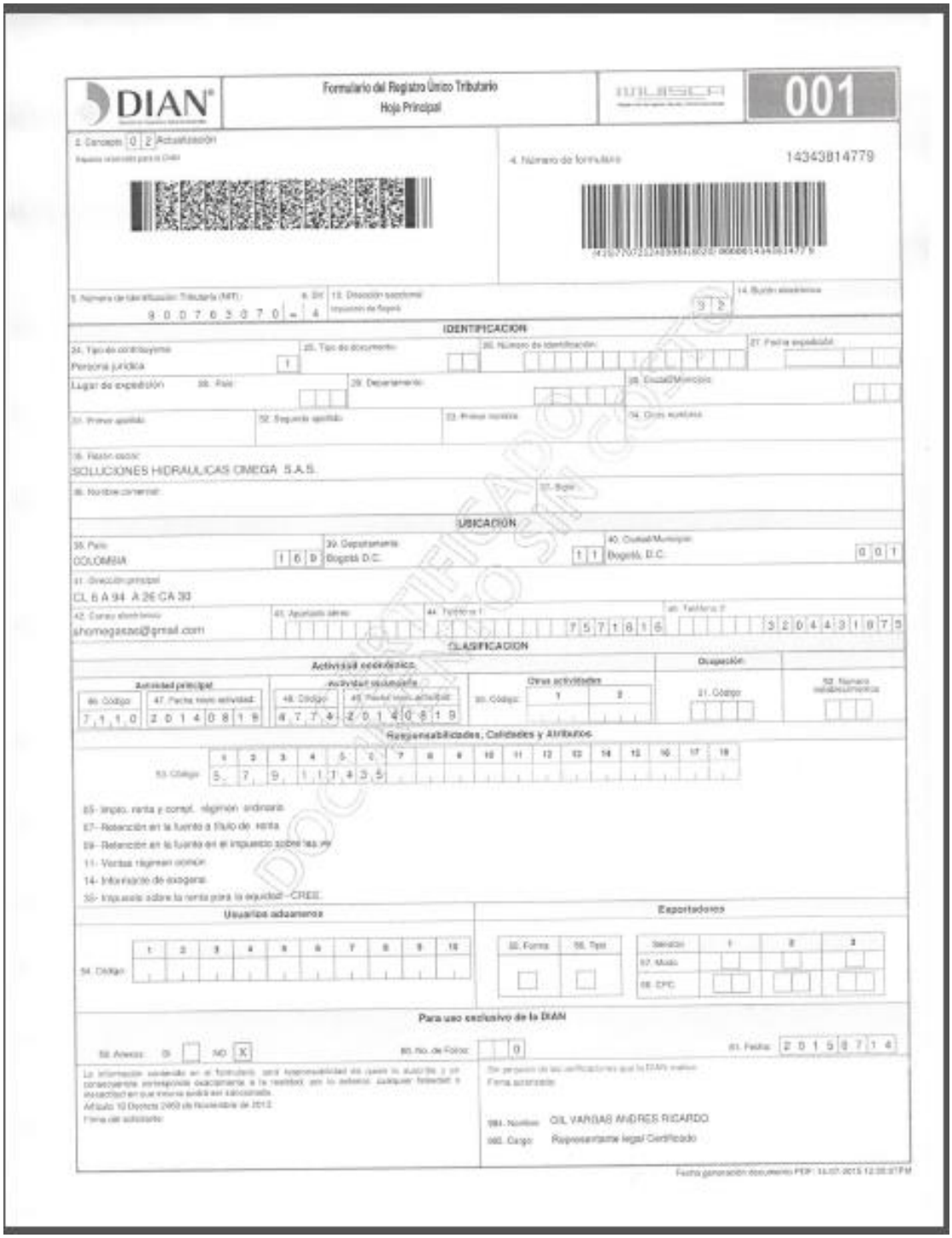
NOMBRE	IDENTIFICACION
GERENTE	
GIL VARGAS ANDRES RICARDO	C.C. 0000000000052200
SUPLENTE DEL GERENTE	
FLOREZ IBARGUEN ANGGIE KATHERINE	C.C. 0000010305465835

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: EL GERENTE ESTÁ FACULTADO PARA EJECUTAR, A NOMBRE DE LA SOCIEDAD, TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS RELACIONADOS DIRECTAMENTE CON EL OBJETO DE LA SOCIEDAD, SIN LÍMITE DE CUANTÍA. SERÁN FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO, LAS SIGUIENTES: A) CONSTITUIR, PARA PROPÓSITOS CONCRETOS, LOS APODERADOS ESPECIALES QUE CONSIDERE NECESARIOS PARA REPRESENTAR JUDICIAL O EXTRAJUDICIALMENTE A LA SOCIEDAD. B) CUIDAR DE LA RECAUDACIÓN E INVERSIÓN DE LOS FONDOS SOCIALES. C) ORGANIZAR ADECUADAMENTE LOS SISTEMAS REQUERIDOS PARA LA CONTABILIZACIÓN, PAGOS Y DEMÁS OPERACIONES DE LA SOCIEDAD. D) VELAR POR EL CUMPLIMIENTO OPORTUNO DE TODAS LAS OBLIGACIONES DE LA SOCIEDAD EN MATERIA IMPOSITIVA, E) CERTIFICAR CONJUNTAMENTE CON EL CONTADOR DE LA COMPAÑÍA LOS ESTADOS FINANCIEROS EN EL CASO DE SER DICHA CERTIFICACIÓN EXIGIDA POR LAS NORMAS LEGALES. F) DESIGNAR LAS PERSONAS QUE VAN A PRESTAR SERVICIOS A LA SOCIEDAD Y PARA EL EFECTO CELEBRAR LOS CONTRATOS QUE DE ACUERDO A LAS CIRCUNSTANCIAS SEAN CONVENIENTES; ADEMÁS, FIJARÁ LAS REMUNERACIONES CORRESPONDIENTES, DENTRO DE LOS LÍMITES ESTABLECIDOS EN EL PRESUPUESTO ANUAL DE INGRESOS Y EGRESOS. G) CELEBRAR LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑÍA Y NECESARIOS PARA QUE ESTA DESARROLLE PLENAMENTE LOS FINES PARA LOS CUALES HA SIDO CONSTITUIDA. H) CUMPLIR LAS DEMÁS FUNCIONES QUE LE CORRESPONDAN SEGÚN LO PREVISTO EN LAS NORMAS LEGALES Y EN ESTOS ESTATUTOS. EL GERENTE QUEDA FACULTADO PARA CELEBRAR ACTOS Y CONTRATOS, EN DESARROLLO DEL OBJETO DE LA SOCIEDAD, CON ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS Y MIXTAS.

CERTIFICA:

RUT



DIAN

Formulario del Registro Único Tributario
Hoja Principal

001

2. Concepto 0 2 Actualización

4. Número de formulario 14343814779

5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 9 0 0 7 6 3 0 7 0 - 4

13. Dirección seccional: 9 2

14. Buzón electrónico

IDENTIFICACION

24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica 1

25. Tipo de documento

26. Número de identificación

27. Fecha expedición

Lugar de expedición 28. País 29. Departamento 30. Ciudad/Municipio

31. Primer apellido 32. Segundo apellido 33. Primer nombre 34. Otros nombres

35. Razón social: SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S.

36. Nombre comercial 37. Sigla

UBICACION

38. País: COLOMBIA 1 6 9

39. Departamento: Bogotá D.C. 1 1

40. Ciudad/Municipio: Bogotá, D.C. 0 0 1

41. Dirección principal: CL 6 A 94 A 26 CA 30

42. Correo electrónico: shomegasas@gmail.com

43. Apartado aéreo

44. Teléfono 1: 7 5 7 1 6 1 6

45. Teléfono 2: 3 2 0 4 4 3 1 8 7 5

CLASIFICACION

Actividad económica

Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Ocupación	
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	1 2	51. Código	52. Número establecimientos
7 1 1 0	2 0 1 4 0 8 1 9	4 7 7 4	2 0 1 4 0 8 1 9				

Responsabilidades, Calidades y Atributos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
53. Código	5	7	9	1	1	1	4	3	5									

05- Impto. renta y compl. régimen ordinario
07- Retención en la fuente a título de renta
09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las ve
11- Ventas régimen común
14- Informante de exógena
35- Impuesto sobre la renta para la equidad - CREE

Usuarios aduaneros

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
54. Código										

Exportadores

55. Forma	56. Tipo

Selección	1	2	3
57. Modo			
58. CPC			

Para uso exclusivo de la DIAN

59. Anexos: SI NO X

60. No. de Folios: 0

61. Fecha: 2 0 1 5 0 7 1 4

La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada.
Artículo 10 Decreto 2460 de Noviembre de 2013.
Firma del solicitante:

Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice
Firma autorizada:

984. Nombre: OIL VARGAS ANDRES RICARDO
985. Cargo: Representante legal Certificado

Fecha generación documento PDF: 14-07-2015 12:38:07 PM

DOCUMENTO SIN COSTO

CARTA DE ACEPTACION DE LA INVESTIGACION POR PARTE DE LA EMPRESA

Bogotá, octubre 2018

Señores:
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
Cordial Saludo

Por medio de la presente autorizamos a los señores **Laura Andrea Chitaba Eslava y Yulian Evelio Bohórquez Murillo** para realizar el PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S, con fines educativos, específicamente trabajo de grado opción Monografía.

Es de su total responsabilidad el buen manejo de la información suministrada y el correcto diligenciamiento de la misma.

Gracias por la atención prestada.

Cordialmente,

GERENTE GENERAL

ANDRES RICARDO GIL VARGAS

CARTA DE APROBACION DE LA INVESTIGACION POR PARTE DE LA EMPRESA

SEÑORES

Universidad de Cundinamarca

La presente es para dar la aprobación y viabilidad del trabajo PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA SOLUCIONES HIDRAULICAS OMEGA S.A.S. 2019.2023 desarrollado por los estudian Yulian Evelio Bohórquez Murillo y Laura Andrea Chitiva Eslava, las estrategias propuestas por ellos, han sido de mi interés por lo tanto hemos tomado esas sugerencias para colocarlas en práctica dentro de la empresa en los próximos cinco años.

Atentamente

Andrés Ricardo Gil VARGAS

Gerente general

x 279,4 mm Soluciones hidráulica omega S.A.S